

This electronic thesis or dissertation has been downloaded from the King's Research Portal at <https://kclpure.kcl.ac.uk/portal/>



**Bestsellermarketing.**

**Erfolgsfaktoren auf dem literarischen Markt der Gegenwart. Süskind – Schlink – Kehlmann**

Bodemer, Saskia

*Awarding institution:*  
King's College London

The copyright of this thesis rests with the author and no quotation from it or information derived from it may be published without proper acknowledgement.

**END USER LICENCE AGREEMENT**



**Unless another licence is stated on the immediately following page** this work is licensed

under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International

licence. <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

You are free to copy, distribute and transmit the work

Under the following conditions:

- Attribution: You must attribute the work in the manner specified by the author (but not in any way that suggests that they endorse you or your use of the work).
- Non Commercial: You may not use this work for commercial purposes.
- No Derivative Works - You may not alter, transform, or build upon this work.

Any of these conditions can be waived if you receive permission from the author. Your fair dealings and other rights are in no way affected by the above.

**Take down policy**

If you believe that this document breaches copyright please contact [librarypure@kcl.ac.uk](mailto:librarypure@kcl.ac.uk) providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

**Bestsellermarketing.**

**Erfolgsfaktoren auf dem literarischen Markt der Gegenwart.**

**Süskind – Schlink – Kehlmann**

Submitted in accordance with the requirements for the degree of  
Doctor of Philosophy (PhD)

by

*Saskia Bodemer*  
(Leonberg, Germany)

First Supervisor: Prof. Dr. Robert K. Weninger

Second Supervisor: Prof. Dr. Sandra Richter

Department of German, King's College London  
2012

## Inhalt

|  |            |
|--|------------|
| <b>Abbildungsverzeichnis.....</b>  | <b>4</b>   |
| <b>Abstract.....</b>   | <b>5</b>   |
| <b>Einleitung.....</b>   | <b>6</b>   |
| <b>I. Theoretischer Teil.....</b>  | <b>17</b>  |
| 1.1. Der deutsche Buchmarkt.....   | 17         |
| 1.2. Die Ware Literatur: Der Zusammenhang zwischen Wirtschaft und Buch ..... | 18         |
| 1.3. Begriffsklärungen und Explikationen .....                               | 19         |
| 1.3.1. Akteure des Buchmarkts .....  | 20         |
| a) Autor .....   | 21         |
| b) Agent.....  | 22         |
| c) Lektor .....  | 23         |
| d) Verleger .....  | 25         |
| e) Buchhandel.....   | 26         |
| 1.3.2. Bestseller .....  | 27         |
| 1.3.3. Literarischer Erfolg .....  | 41         |
| 1.3.4. Zeitgeist – die Marketingstrategie des Timings .....                  | 46         |
| 1.4. Wirtschaftssysteme und Buchmarkt.....                                   | 58         |
| 1.4.1. Regulierung .....   | 58         |
| 1.4.1.1. Definition .....  | 58         |
| 1.4.1.2. Regulierungen auf dem Buchmarkt .....                               | 63         |
| 1.4.2. Marktkonformität .....  | 64         |
| 1.4.2.1. Definition .....  | 64         |
| 1.4.2.2. Marktkonformität auf dem Buchmarkt .....                            | 64         |
| 1.4.3. Deutschland: Soziale Marktwirtschaft .....                            | 65         |
| 1.4.3.1. Das System der sozialen Marktwirtschaft.....                        | 65         |
| 1.5. Kritiker und Rezension .....  | 67         |
| 1.6. Neue Formen der Rezeption.....  | 82         |
| 1.7. Heuristik verschiedener Wertungsansätze .....                           | 85         |
| 1.8. Die Internationalisierung der deutschsprachigen Literatur .....         | 91         |
| 1.8.1. China: Sozialistische Marktwirtschaft .....                           | 96         |
| 1.8.1.1. Das System der sozialistischen Marktwirtschaft .....                | 96         |
| 1.8.1.2. Der chinesische Buchmarkt.....                                      | 99         |
| 1.8.2. Großbritannien/USA: Freie Marktwirtschaft .....                       | 102        |
| 1.8.2.1. Das System der freien Marktwirtschaft.....                          | 102        |
| 1.8.2.2. Der angelsächsische Buchmarkt .....                                 | 103        |
| <b>II. Analyse .....</b>   | <b>106</b> |
| 2.1. Patrick Süskind: <i>Das Parfum</i> .....                                | 107        |
| 2.1.1. Nationaler Erfolg.....  | 108        |
| 2.1.1.1. Der Verlag .....  | 109        |
| 2.1.1.2. Timing .....  | 111        |
| 2.1.1.3. Die Medien.....   | 113        |
| 2.1.1.4. Die Preise .....  | 128        |
| 2.1.1.5. Der Autor .....   | 128        |
| 2.1.1.6. Der Text .....  | 131        |
| 2.1.1.7. Die Wissenschaft.....   | 135        |
| 2.1.1.8. Weiterverwertung.....   | 138        |
| 2.1.2. Internationaler Erfolg.....   | 141        |
| 2.1.2.1. USA und Großbritannien .....  | 143        |
| 2.1.2.2. China .....   | 147        |

|  |            |
|--|------------|
| 2.1.3. Zusammenfassende Beobachtung .....                      | 149        |
| 2.2. Bernhard Schlink: <i>Der Vorleser</i> .....               | 151        |
| 2.2.1. Nationaler Erfolg.....                                  | 153        |
| 2.2.1.1. Der Verlag .....                                      | 153        |
| 2.2.1.2. Timing .....  | 155        |
| 2.2.1.3. Die Medien.....                                       | 159        |
| 2.2.1.4. Die Preise .....                                      | 173        |
| 2.2.1.5. Der Autor .....                                       | 177        |
| 2.2.1.6. Der Text .....  | 180        |
| 2.2.1.7. Die Wissenschaft.....                                 | 182        |
| 2.2.1.8. Weiterverwertung.....                                 | 190        |
| 2.2.2. Internationaler Erfolg .....                            | 192        |
| 2.2.2.1. USA und Großbritannien .....                          | 193        |
| 2.2.2.2. China .....   | 203        |
| 2.2.3. Zusammenfassende Beobachtung .....                      | 205        |
| 2.3. Daniel Kehlmann: <i>Die Vermessung der Welt</i> .....     | 207        |
| 2.3.1. Nationaler Erfolg.....                                  | 208        |
| 2.3.1.1. Der Verlag .....                                      | 209        |
| 2.3.1.2. Timing .....  | 212        |
| 2.3.1.3. Die Medien.....                                       | 216        |
| 2.3.1.4. Die Preise .....                                      | 225        |
| 2.3.1.5. Der Autor .....                                       | 227        |
| 2.3.1.6. Der Text .....  | 232        |
| 2.3.1.7. Die Wissenschaft.....                                 | 237        |
| 2.3.1.8. Weiterverwertung.....                                 | 241        |
| 2.3.2. Internationaler Erfolg .....                            | 244        |
| 2.3.2.1. USA und Großbritannien .....                          | 245        |
| 2.3.2.2. China .....   | 250        |
| 2.3.3. Zusammenfassende Beobachtung .....                      | 252        |
| <b>III. Vergleich.....</b>                                     | <b>255</b> |
| 3.1. Unterschiedliche Bücher – unterschiedliche Erfolge? ..... | 255        |
| 3.2. Einfluss der Wirtschaft auf Buchmärkte .....              | 273        |
| 3.3. Vergleich der internationalen Erfolge .....               | 275        |
| <b>Zusammenfassung und Ausblick.....</b>                       | <b>281</b> |
| <b>Anhang .....</b>  | <b>289</b> |
| Fragen an den Autor Bernhard Schlink.....                      | 289        |
| Fragen an die Lektorin Ursula Baumhauer .....                  | 292        |
| <b>Literaturverzeichnis.....</b>                               | <b>296</b> |
| <b>Lebenslauf.....</b>   | <b>328</b> |

## Abbildungsverzeichnis

|   |     |
|---|-----|
| Abbildung 1: Neuerscheinungen in der BRD 1985-2010.....   | 8   |
| Abbildung 2: Neuerscheinungen auf dem deutschen Buchmarkt.....  | 17  |
| Abbildung 3: Das Modell des Buchmarkts. Eigene Darstellung. ....  | 20  |
| Abbildung 4: Beziehungsfaktoren zum Erfolg. ....  | 37  |
| Abbildung 5: Elemente des Ladenpreises eines Romans. Angaben in Prozent.....                                  | 47  |
| Abbildung 6: Marketingmodelle. ....   | 49  |
| Abbildung 7: Die Pole der Literatur.....  | 89  |
| Abbildung 8: Übersetzungen ins Deutsche in Prozent für das Jahr 2011. ....                                    | 93  |
| Abbildung 9: Lizenzvergabe ins Ausland für das Jahr 2011. ....  | 93  |
| Abbildung 10: Titelproduktion in der VRC 1991-1995.....   | 99  |
| Abbildung 11: Titelproduktion in USA/GB 1991-1995. ....   | 104 |
| Abbildung 12: Auflagenhöhe von <i>Das Parfum</i> . ....   | 108 |
| Abbildung 13: Listenplatzierung des Romans <i>Das Parfum</i> zum zeitgleichen Erscheinen<br>des Films. ....   | 140 |
| Abbildung 14: Listenplatzierung des Romans <i>Der Vorleser</i> zum zeitgleichen Erscheinen<br>des Films. .... | 192 |
| Abbildung 15: Platzierung auf der Bestsellerliste.....  | 208 |
| Abbildung 16: Gattungszuordnung der <i>Vermessung der Welt</i> .....  | 237 |
| Abbildung 17: Timeline von Patrick Süskinds Roman <i>Das Parfum</i> . ....                                    | 259 |
| Abbildung 18: Timeline von Bernhard Schlinks Roman <i>Der Vorleser</i> .....                                  | 259 |
| Abbildung 19: Timeline von Daniel Kehlmanns Roman <i>Die Vermessung der Welt</i> ....                         | 260 |
| Abbildung 20: Treffer bei Internetrecherche (letzter Zugriff am 09.09.2012). ....                             | 272 |

## Abstract

Deutschsprachige Literatur gilt allgemein als schwerverdaulich, als zu verkopft und theoretisch. Auch im internationalen Buchmarkt erhalten sich diese Vorurteile. Doch existieren Ausnahmen von dieser Regel: Manche Texte schaffen es nicht nur zu nationalem Ansehen, sondern verkaufen sich scheinbar auch weltweit gut, wie etwa Patrick Süskinds *Das Parfum*, Bernhard Schlinks *Der Vorleser* und Daniel Kehlmanns *Die Vermessung der Welt*. Die Dissertation untersucht, wie es zu diesen Ausnahmen kommt, indem ein Netz verschiedener Einflussfaktoren auf den Erfolg von Büchern aufgebaut wird. Dazu gehört neben dem Autor und seiner Persönlichkeit auch der Text selbst. Als weiterer Beeinflusser wird der Verlag ausgemacht, der eingebunden in den literarischen Markt von diesem und zahlreichen sozialen, kulturellen und politischen Faktoren geprägt wird beziehungsweise vice versa. Ebenfalls wirken die Medien mit ihren Rezensionen, Reportagen, Berichten und Interviews auf den Erfolg ein. Auch die Weiterverwertung als Film oder Hörbuch wird als Einflussfaktor in die Arbeit integriert. Für die drei einbezogenen Texte werden die einzelnen Faktoren gesondert analysiert. Dieses komplexe Netz der Einflussfaktoren, die den Erfolg eines Bestsellers auslösen und/oder unterstützen können, bildet den ersten Teil der Arbeit.

Auf Basis dieser theoretischen Betrachtung werden im zweiten Teil die drei Bücher – allesamt Bestseller in Deutschland – analysiert. Die Untersuchung bestätigt, dass die Einflussfaktoren höchst unterschiedliche Auswirkungen auf die drei genannten Texte haben.

In einem Vergleich werden die unterschiedlichen Auswirkungen und Einflüsse auf die drei Bestseller zusammengeführt. Eingebettet ist ebenfalls ein Abriss der internationalen Erfolge der Titel, der zeigt, dass keineswegs jeder von den deutschen Rezensenten als „internationaler Bestseller“ eingestufte Roman auch tatsächlich hohe internationale Verkaufszahlen impliziert.

---

German literature is said to be difficult to read and to be overly intellectual. The international literary markets also adhere to these prejudices. But obviously there exist several exceptions: Some books do not only succeed as national bestsellers, they also seem to gain international achievements, like for example Patrick Süskind's *Das Parfum*, Bernhard Schlink's *Der Vorleser* und Daniel Kehlmann's *Die Vermessung der Welt*. The dissertation analyses how these exceptions emerge by elaborating a net of factors that influence the success of a book. Firstly, there are the author and his or her personality and the text itself. Being integrated in the literary market and influenced by various social, cultural and political issues the publishing house has an effect on the success, and vice versa. Secondly, the media in terms of book reviews, but also newspapers, magazines and journal reports, and TV programmes has an impact on the success. In the dissertation also other factors like films and audio books are integrated in the analyses. All these aspects are considered in Part One, the theoretical section of this dissertation, as a complex net of influencing factors that requires a certain amount for a book to be classifiable as a bestseller.

On the basis of the theoretical considerations outlined in Part One, Part Two analyzes three books, all of which are bestsellers in Germany. The analyses confirm that these factors of influence generate vastly different impact outcomes for each of the three books.

A short final section is dedicated to comparing three impact/influence trajectories of these three bestsellers as well as their international marketing; it is noted that the label “international bestseller”, as used by many German critics, does not necessarily imply a high international sales success.

## Einleitung

Subjekt Prädikat Objekt. Knappe Aussagesätze im Präsens. Beziehungsgeschichten, Beiläufigkeiten, Belanglosigkeit. Am besten girliemäßig und selbstbewusst. [...] Viele Bücher in den großen Verlagen klingen so, heute und seit Jahren; die Verfasser wirken genauso austauschbar wie ihre Figuren.<sup>1</sup>

(Vor-)Urteile zur deutschsprachigen Gegenwartsliteratur – wie das eben zitierte – finden sich im Feuilleton immer wieder. Dabei schwanken die Meinungen zwischen zwei Polen: Manchmal wird der Vorwurf der Trivialität laut, ein anderes Mal empfinden die Kritiker sie als elitär und abgehoben. Bloße Unterhaltung oder 'Höhenkammliteratur' – in beiderlei Hinsicht gelten die Texte vor allem auf dem internationalen Buchmarkt als unverkäuflich. Doch offensichtlich existieren Ausnahmen von dieser Regel, nämlich Bestseller, die es nicht nur zu nationalem Ansehen schaffen, sondern sich auch weltweit gut verkaufen. Ein Blick auf den Buchmarkt der Gegenwart zeigt, dass Romanreihen – meist aus englischsprachigen Ländern – einen außergewöhnlich großen Erfolg haben. Vor allem jene Texte, die sowohl von Jugendlichen als auch von Erwachsenen rezipiert werden, standen in den letzten Jahren oft auf den Bestsellerlisten, wie zum Beispiel die *Harry Potter*-Reihe oder die Vampir-Bücher von Stephenie Meyer. Doch bei diesen erfolgreichen Bestsellern wird eine Vermarktung über das Buch selbst hinaus angestrebt: Nebst Hörbuchfassungen existieren ebenfalls Verfilmungen der Romane, auch sogenannte Merchandising-Produkte sind in den Buchhandlungen zu finden. Letztere (zum Beispiel Spielzeug aus der Welt *Harry Potters* oder Schul- und Schreibutensilien mit dem Konterfei der Filmdarsteller aus den *Twilight*-Filmen) verkaufen sich vor allem an die jüngeren Leser besonders gut.<sup>2</sup> Aber auch Romanreihen für Erwachsene – etwa Henning Mankells Wallander-Romane – finden eine hohe Anzahl an Käufern. Insgesamt scheint das Serielle eine große Resonanz beim Leserpublikum zu finden. Von deutschsprachigen Autoren sind aber meist jene Texte erfolgreich, die nicht unbedingt in eine Romanreihe einzugliedern sind.

Dass Verlage mehr mit Büchern erreichen wollen als ihre Leser zu informieren oder zu unterhalten, scheint in Anbetracht der Prämisse der Wirtschaftlichkeit unabdingbar. „Mainstream-Bücher sollen marktgängig und benutzerfreundlich sein, sie sollen mit

---

<sup>1</sup> Helmut Böttiger: *Und immer wird gerade jemand anderes geküsst*, in: Homepage von *Süddeutsche Zeitung*, URL: <http://www.sueddeutsche.de/kultur/literatur-und-immer-wird-gerade-jemand-anderes-gekuesst-1.797780> (letzter Zugriff am 09.09.2012).

<sup>2</sup> In der Arbeit werden stets die maskulinen Formen der Substantive verwendet, um den Lesefluss zu erleichtern. Die Bezeichnungen gelten – falls nicht anders vermerkt – stets für beide Geschlechter.

Lesern rund um den Globus kompatibel sein, sie sollen leicht übersetzbar und womöglich verfilmbar sein, besser noch: überhaupt multimedial weiter verformbar“,<sup>3</sup> stellt Sigrid Löffler bezeichnenderweise fest. Die Gewinnmarge eines Verlags lässt sich nicht einzig durch die Produktion eines bestimmten Textes vergrößern, vielmehr ist das, was mit dem Buch darüberhinaus geschieht, von enormer wirtschaftlicher Bedeutung. Erst die permanente mediale Präsenz, unterstützt durch diverse Medien, schwemmt Geld in die Kassen der Verlage, verhilft dem Autor zu einem bestimmten Image und macht das Buch in weiteren Leserkreisen bekannt.

Allerdings haben erfolgreiche Texte es oft schwer, in literaturwissenschaftlicher Hinsicht Anerkennung zu erhalten und von der Forschung ernsthaft wahrgenommen zu werden. Dabei ist der Bestseller als Phänomen des Buchmarktes nicht zu verachten: Bücher, die in Massen verkauft wurden und werden, prägen Gesellschaft, Kultur und Literatur gleichermaßen.<sup>4</sup> Für das Verlagshaus eröffnen Bestseller finanzielle Vorteile. Die Unternehmen handeln größtenteils nicht gemäß einem kulturellen Auftrag, sondern sie haben durchaus wirtschaftliche Absichten. Denn im Gegensatz zu anderen Kultureinrichtungen (wie etwa Theater, Opern oder Museen) sind Verlage überwiegend private Unternehmen, die unabhängig von staatlichen Zuschüssen oder Subventionen wirtschaften müssen. Deshalb sind sie auf ein stark ökonomisch orientiertes Denken und Handeln angewiesen, schließlich hängt ihre Existenz vom erwirtschafteten Umsatz und Gewinn ab: Das heißt, die zu veröffentlichenden Bücher werden im Verlag unter bestimmten Aspekten ausgewählt, lektoriert, produziert und eben auch vermarktet.

Die Spielregeln auf dem Buchmarkt haben sich verschärft. Während Bestseller immer wieder Rekorde brechen, was die Wochenanzahl auf den Bestsellerlisten betrifft, entwickelt sich der Buchmarkt im Allgemeinen zu einem immer schnelllebiger werdenden Markt, auf dem sich die Lebenszyklen schwer verkäuflicher Texte rasant verkürzen. Zunehmend schrumpft die Zeitspanne, die Neuerscheinungen in den Regalen der Buchhandlung verbleiben; mittlerweile beträgt sie ca. drei bis vier Monate.<sup>5</sup> Diese kurze Phase reicht für viele Bücher nicht aus, die von Handel und Verlag erhofften Käuferscharen zu mobilisieren und sich so auf dem Markt zu etablieren. Deshalb werden die Bücher rasch verramscht und landen binnen weniger Wochen im

---

<sup>3</sup> Sigrid Löffler: *Buchmarkt und literarische Moden im deutschsprachigen Raum. Wie in der heutigen Literatur Wandel erzeugt wird*, in: Renate Cornejo, Ekkehard W. Haring (Hrsg.): *Wende, Bruch, Kontinuum. Die moderne österreichische Literatur und ihre Paradigmen des Wandels*, Wien 2006, S. 252-269, hier S. 254f.

<sup>4</sup> Vgl. hierzu auch Werner Faulstich: *Bestandsaufnahme Bestseller-Forschung. Ansätze – Methoden – Erträge*, Wiesbaden 1983, S. 2.

<sup>5</sup> Vgl. Löffler: *Buchmarkt und literarische Moden im deutschsprachigen Raum*, S. 254f.



sogenannten „Modernen Antiquariat“, einer Abteilung innerhalb der Buchhandlung, die diese ausrangierten Texte zu reduzierten Preisen anbietet.<sup>6</sup> Ein Blick auf die Neuerscheinungen der letzten Jahre verdeutlicht die hohe Produktionsmenge des Marktes:

| Jahr            | 1985   | 1990   | 1995   | 2000   | 2005   | 2010   |
|-----------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Titelproduktion | 57.623 | 61.015 | 74.174 | 82.936 | 89.869 | 95.838 |

Abbildung 1: Neuerscheinungen in der BRD 1985-2010.<sup>7</sup>

Die Möglichkeit, eine solche Fülle an Buchtiteln produzieren zu können, ist vor allem den technologischen Fortschritten der letzten Jahre geschuldet: Gedacht sei hier nur an die verbesserte Kommunikation oder die Entlastung beim Redigieren eines Manuskripts durch den Computer. Technologie erleichtert zwar auch diverse Arbeitsschritte in einem Verlag, allerdings führt sie nicht zwangsweise zu einer Produktivitäts- oder Effektivitätssteigerung in der Literatur selbst. Erschwert wird die Verlagsarbeit, und dabei im Besonderen die Möglichkeiten der Vermarktung, durch die Komplexität des Mediums Buch, da über Form und Inhalt des Textes keine objektiv anzusetzenden Werturteile möglich sind. Der eigentliche Sinn und Zweck der Lektüre unterscheidet sich von Leser zu Leser stark, was mit einer differenzierten Wahrnehmung und Wertschätzung der Literatur einhergeht. Dies schlägt sich dann auch besonders in den Beurteilungen durch Kritiker nieder, deren literarische Vorlieben oder Ansichten zu äußerst unterschiedlichen Rezensionen und Lektüreempfehlungen führen. Neben Rezensionen und Kritiken bieten auch Bestsellerlisten den Händlern und Lesern gleichermaßen Orientierungspunkte bei der Auswahl des passenden Warenangebots beziehungsweise Lesestoffs.

Generell kann des Weiteren eine Veränderung in der Rezeption der letzten Jahrzehnte im Allgemeinen ausgelotet werden: Ein Wandel, der in zahlreichen Bereichen des Freizeitverhaltens des Individuums verzeichnet wird, ist die Verschiebung vom individuellen zum kollektiven Konsum. Literatur, als eine primär individuelle Rezeption verstanden, wird nun immer stärker zu einem kollektiven Ereignis. Die Lektüre findet nicht mehr alleine, im Stillen statt, sondern wird durch ein Event zum Massenereignis. Lesungen werden nicht mehr nur in Buchhandlungen veranstaltet; je größer die

<sup>6</sup> Außerdem existieren auch sogenannte Online-Antiquariate, wie [www.jokers.de](http://www.jokers.de) oder Buchhandlungen, die sich auf Restauflagen spezialisiert haben, wie etwa *Zweitausendeins*.

<sup>7</sup> In Anlehnung an Klaus Ziermann: *Der deutsche Buch- und Taschenbuchmarkt 1945-1995*, Berlin 2000, S. 191; *Buch und Buchhandel in Zahlen*, Frankfurt am Main 2001, S. 10; o. V.: *Titelproduktion*, in: Homepage des Börsenvereins des deutschen Buchhandels, URL: <http://www.boersenverein.de/de/158286> (letzter Zugriff am 28.02.2012).

Prominenz des Autors, umso imposanter werden die Orte seiner Lesungen. Diese reichen dann von Theatersälen über Stadthallen bis hin zu Fußballstadien.<sup>8</sup> Der einzelne Leser wird Teil einer Gemeinschaft kollektiver Zuhörer, die in der direkten Lektüre durch den Autor selbst eine stärkere Authentizität kombiniert sehen mit einem intensivierten Gemeinschaftsgefühl. Das Verlangen nach solchen Veranstaltungen steht dabei auch im Zusammenhang mit dem Personenkult um den Schriftsteller selbst. Friedrich Schiller, Stefan George, Thomas Mann, Bertolt Brecht, sie alle inszenierten ihre eigene Autorpersönlichkeit; als neues Phänomen kann dieses Vorgehen folglich nicht bezeichnet werden, zumindest nicht im Prinzipiellen. Doch haben sich die Möglichkeiten und Inszenierungsschauplätze durch die neuen Medien gegenüber früher multipliziert. Presse, Rundfunk und Fernsehen sind nur einige der Plattformen, die dem Schriftsteller Raum zur Präsentation geben. Verstärkt durch das Internet aber auch durch eine zunehmende 'Eventisierungspolitik' der Auftritte wird der Autor vielfältig medial ins rechte Licht gerückt. Weiterhin tragen auch Rezensionen durch eine forcierte Medienpräsenz von Autor und Text zum Kaufverhalten der Leser bei. Die Massenmedien befördern damit den Bekanntheitsgrad des Schriftstellers, sie gelten als verlängerter Arm des Verlagsmarketings.

Als Beeinflusser des literarischen Marktes kann auch das Internet genannt werden: Es greift in die Literatur ein, verändert sie und eröffnet dabei nicht nur neue Wege der Publikationen, sondern definiert auch Form, Stil, Inhalt und das Verhältnis von beziehungsweise zur Literatur neu. Einerseits erscheinen Romane, die aus Versatzstücken im Internet publizierter Texte bestehen (wie etwa Helene Hegemanns *Axolotl Roadkill* von 2010), andererseits arbeiten namhafte Schriftsteller via Internet an neuen Texten (so veröffentlichte Elfriede Jelinek etwa ihren Roman *Neid* 2007/08 stückchenweise auf ihrer Internethomepage), und Laienautoren können in sogenannten Mitschreib-Projekten ihre literarischen Fähigkeiten unter Beweis stellen (wie beispielsweise *Baal lebt* und *Tagebau*).<sup>9</sup> Die meisten Texte, die allerdings im Internet publiziert werden (zumindest jene, deren Autor nicht bereits einen gewissen

---

<sup>8</sup> Fußballstadien füllten unter anderem Günter Grass (o. V.: *Günter Grass liest im Stadion*, in: Homepage von *Deutsche Welle*, URL: <http://www.dw.de/dw/article/0,,1225496,00.html> (letzter Zugriff am 17.09.2012) und Bastian Sick (o. V.: *Die größte Deutschstunde der Welt*, in: Homepage von *Der Spiegel*, URL: <http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/zwiebelfisch-live-die-groesste-deutschstunde-der-welt-a-404966.html> (letzter Zugriff am 17.09.2012)). In diesem Zusammenhang kann auch von einer zunehmenden Performanz in der Gegenwartsliteratur gesprochen werden. Vgl. dazu beispielsweise Erika Fischer-Lichte: *Auf dem Weg zu einer performativen Kultur*, in: *Paragrana. Internationale Zeitschrift für Historische Anthropologie*, Band 7, 1998, Heft 1, S. 13-29.

<sup>9</sup> Online sind die drei letztgenannten Projekte unter folgenden URL zu finden: <http://www.elfriedejelinek.com/>; <http://www.litart.ch/baal/>; <http://www.tagebau.tyrakel.de/wordpress/> (letzter Zugriff am 18.09.2012).

Bekanntheitsgrad erreicht hat), bleiben von einem größeren Publikum ungelesen. Dies mag vor allem daran liegen, dass hier eine vermittelnde Instanz (wie etwa Literaturkritiker) aber auch eine entsprechende Präsenz (kein Verkauf in (Online-)Buchhandlungen; keine Lesereisen oder Literaturpreise) fehlt. Möglicherweise wird sich hier in Zukunft ein Wandel vollziehen, oder aber es etabliert sich diese Form von Literatur als eine Art „Insider“-Literatur, die nur einem engeren Kreis an Lesern zugänglich ist.

Wie also wird ein Buch in einem Markt, der sich permanent verändert und mit neuen Restriktionen und Möglichkeiten auskommen muss, zum Bestseller? Liegt es an Inhalt und Form des Textes oder am Marketingaufwand, der durch eine regelrechte Kulturindustrie innerhalb der Medien gestützt wird? Und wie beeinflusst der Markt den Erfolg sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene? Diese Fragestellungen bilden den Ausgangspunkt für die vorliegende Arbeit, die näher untersuchen will, warum bestimmte deutsche Bücher sowohl national als auch international sehr erfolgreich sind. Dabei werden nicht nur Marketingaktivitäten der Verlage und Rezensionen aus deutschsprachigen Medien untersucht, sondern auch aus den USA, Großbritannien und China. Hauptanliegen der Arbeit ist es zu verdeutlichen, dass Bestseller meist keine Zufallsprodukte sind, sondern auch von einem Wirtschaftsunternehmen geplant werden. Exemplarisch sollen das Vorgehen und die Aspekte eines Bestsellererfolgs an drei deutschsprachigen Romanen (Patrick Süskinds *Das Parfum*, Bernhard Schlinks *Der Vorleser* und Daniel Kehlmanns *Die Vermessung der Welt*) festgemacht werden. Außerdem soll die vorliegende Arbeit aufzeigen, dass diverse Faktoren ein Geflecht aus Erfolgsträgern oder zumindest -beeinflussern bilden, das hieße also, dass nicht ein einzelner Faktor den Bestsellerstatus herbeiführt, sondern ein Zusammenspiel aus unterschiedlichen Gegebenheiten und Mechanismen die Reaktionen der Käufer beeinflusst.

Alle drei oben genannten Texte zeichnen sich durch hohe Absatzzahlen und (inter-)nationalen Erfolg aus. Dafür – und damit einhergehend auch für das Gros der deutschen Literatur – kann der Verlag als einer der Hauptverantwortlichen ausgemacht werden. Mittels Regulierungen und Konformitätsansprüchen beeinflusst die Unternehmensökonomie, welche Bücher erscheinen und welcher Aufwand für deren Vertrieb unternommen wird. Zu untersuchen ist dabei vor allem die Filterung, die innerhalb der Verlage abläuft und eigentlich als Auswahlverfahren zu Gunsten einer besseren Lesbarkeit von Texten dienen soll. Es scheint, als ob diese Funktion mittlerweile vor allem dazu benutzt wird, den Publikumsgeschmack zu treffen, um

einen hohen Absatz von Texten zu generieren. In der Arbeit werden speziell die Auswirkungen des Verlags auf die Produktions- und Rezeptionsbedingungen der publizierten Bücher untersucht und die entsprechenden Marketingstrategien aufgedeckt, welche die Unternehmen verfolgen (Präferenz-, Preis-Mengen- und Timing-Strategie). Zu vermuten ist, dass Literatur nicht (oder zumindest nicht allein) auf Grund ihrer literarischen Qualität verkauft wird, sondern dass vielmehr eine ausgeklügelte Marketingstrategie eine wesentliche Rolle für den Erfolg eines Titels spielt. Damit ist die Wirtschaft einer der wichtigsten Mitlenker und Mitgestalter des Literaturmarktes.

Die Arbeit wird in drei Schritten vorgehen: In einem ersten Teil werden die theoretischen Grundlagen abgesteckt. Darauf folgen ein Austarieren und eine Analyse der Erfolgsfaktoren der drei Romane von Süskind, Schlink und Kehlmann. In einem letzten Schritt werden die Ergebnisse miteinander verglichen und Konsequenzen für den aktuellen und zukünftigen deutschen Buchmarkt herausgearbeitet. Im theoretischen Teil werden Definitionen und Explikationen zu den zu klärenden Begriffen festgelegt, wodurch Zusammenhänge zwischen Literatur und Marktmechanismen aufgezeigt werden können. Funktionen und Organisation der Akteure des Buchmarktes (Autor, Agent, Verleger, Lektor, Buchhändler) werden erläutert und die Komplexität des Beziehungsnetzwerkes dargestellt, wobei zugleich die entscheidenden Schnittstellen bei der Buchproduktion und der Generierung eines Bestsellers ausfindig gemacht werden sollen. Als elementarer Knotenpunkt kann das Marketing gelten, das bereits in die Auswahlprinzipien der Lektoren (und damit rückwirkend teilweise auf die Arbeit der Autoren) hineinwirkt. Der gesamte Prozess der Buchproduktion – sowohl in der thematischen als auch in der äußerlichen Gestaltung – wird von der Marketingabteilung des Verlags begleitet. Die Wichtigkeit dieses Faktors für den gegenwärtigen literarischen Markt wird herausgearbeitet. Als Teil der Grundlagen soll desgleichen eine Explikation für den bislang nur unscharf abgegrenzten Begriff „Bestseller“ aufgestellt werden. Damit zusammenhängend wird auch eine Erläuterung des sogenannten „literarischen Erfolgs“ konkretisiert. Schließlich werden die Faktoren „Zeitgeist“ und „Trend“ bezüglich des Literaturmarkts miteinander verknüpft, sowie jene Elemente der Regulierung und Marktkonformität ausfindig gemacht, die einen erheblichen Einfluss auf die Produktionsbedingungen im literarischen Markt haben. Eine zunehmende Angleichung unterschiedlicher Praktiken (wie etwa jene der Covergestaltung oder des Wordings der Klappentexte) soll dabei aufgezeigt werden.

Ebenfalls finden die neuen Formen der Rezeption sowie der Gestaltung von Kritiken und Rezensionen im theoretischen Teil Eingang. Der Einfluss letzterer auf das

Kaufverhalten der Leser soll dabei veranschaulicht werden. In einem letzten Schritt werden die Charakteristiken des deutschen Buchmarkts mit jenen des US-amerikanischen und britischen beziehungsweise des chinesischen kontrastiert. Dies bildet die Basis für die weiteren Vergleiche innerhalb der Fallstudien.

In den drei Analysen zu Patrick Süskinds *Das Parfum*, Bernhard Schlinks *Der Vorleser* und Daniel Kehlmanns *Die Vermessung der Welt* werden die im theoretischen Teil erarbeiteten Erfolgsfaktoren im Einzelnen marktpraktisch untersucht, wobei die Auswertung der Rezensionen dabei eine wichtige Rolle einnimmt. Von besonderer Bedeutung ist außerdem die Positionierung der Schriftsteller zu den Medien selbst, die äußerst unterschiedliche Ausprägungen annimmt. Vor allem auf die Marketingstrategie des Timings soll bei allen drei Romanen eingegangen werden. Dadurch soll sich die These verfestigen, dass die Verlage bewusst auf bestimmte aktuelle Themen bei der Auswahl neuer Manuskripte Rücksicht nehmen und davon abgeleitete Aktionen entsprechend angepasst werden. Umrissen wird auch die wissenschaftliche Aufbereitung der Texte, die nicht nur unter Literaturwissenschaftlern, sondern gleichfalls bei Historikern, Rechtswissenschaftlern, Psychologen etc. für Diskussionsstoff sorgen. Dies ist deshalb von Bedeutung, weil die wissenschaftliche Aufarbeitung zur Kanonisierung dieser Texte beiträgt. Beobachten lässt sich diese Entwicklung in der Aufnahme der drei Bestseller in die Schullektüre und als Abiturthema in einigen deutschen Bundesländern beziehungsweise als Empfehlung zur Lektüre für Deutschlernende. In einem weiteren Schritt soll dargelegt werden, wie die Rechte der Texte, aber auch die Bücher selbst weiterverwertet wurden (Hörbücher, Verfilmungen etc.). Anschließend werden in diesen Fallstudien die Aufnahme der Texte in den USA, Großbritannien und China zusammengefasst.

In einem letzten Teil der Arbeit werden die Ergebnisse der drei Fallstudien verglichen. Gefragt wird hier nach gemeinsamen oder ähnlichen Faktoren, die zur Verbreitung der Texte im nationalen beziehungsweise internationalen Raum beitrugen.

Durch die Verbindung von Literatur und Ökonomie reagiert die Arbeit auf Defizite der Forschung: Generell sind Untersuchungen zum literarischen Markt der Gegenwart selten. Die meisten wissenschaftlichen Arbeiten, die sich auf den Buchmarkt beziehen, behandeln überwiegend die betriebswirtschaftliche Sicht, also Fragen zur Buchproduktion und zu innerbetrieblichen Abläufen.<sup>10</sup> Der Zusammenhang zwischen

---

<sup>10</sup> Vgl. dazu beispielsweise o. V.: *Verlagssuche. Alles was Sie zum Thema Schreiben und Veröffentlichen wissen müssen*, Frankfurt am Main 2007; Wulf D. von Lucius: *Verlagswirtschaft. Ökonomische, rechtliche und organisatorische Grundlagen*, Konstanz 2005; Manfred Tietzel: *Literaturökonomik*, Tübingen 1995.

Literatur und Ökonomie wurde teilweise historisch untersucht.<sup>11</sup> Forschungsliteratur gibt es auch zur historischen Entwicklung verschiedener nationaler literarischer Märkte<sup>12</sup> oder zum Sachbuchmarkt.<sup>13</sup> Ebenso ist die Wirkung von Medien auf das (Konsum-)Verhalten vorherrschend im Bereich des Fernsehens<sup>14</sup> und in neuerer Zeit auch für das Internet<sup>15</sup> erforscht worden. Die Wirkung des Mediums Buch wurde in den 1970er Jahren im Bereich der Buchwissenschaften beobachtet,<sup>16</sup> ist seitdem allerdings beinahe in Vergessenheit geraten. Eine jüngere Analyse des deutschen Buchmarktes liegt unter dem Titel *Literature, Markets and Media in Germany and Austria today* vor, wobei keine international vergleichende Betrachtung verschiedener Bestseller erstellt wurde.<sup>17</sup> Die Bestseller-Forschung ist insgesamt recht überschaubar, was auch darin begründet sein mag, dass Bestseller innerhalb der Literaturwissenschaft als eher schlecht (oder zumindest als literarisch wenig wertvoll) eingestuft werden, und somit seltener als Forschungsgebiet aufgegriffen werden. Eine weitere Ursache für die geringe Bearbeitung dieses Feldes mag darin gesehen werden, dass hierbei zwei höchst unterschiedliche Disziplinen aufeinander treffen: nämlich Literatur und Ökonomie. In der Buchwissenschaft noch teilweise berücksichtigt, ist dieses Feld in anderen Wissenschaftsbereichen weitestgehend unerforscht. Ohne diese Lücke ausfüllen zu können, will diese Arbeit zumindest auf Desiderate hinweisen. Das Phänomen der Bestseller untersuchten die Medienwissenschaftler Werner Faulstich und Riccarda Strobel für das Jahr 1970.<sup>18</sup> Dabei nahmen sie den US-amerikanischen, den britischen und deutschen Buchmarkt in Augenschein. Sie berücksichtigten aber weder die unterschiedlichen Wirtschaftssysteme noch den Inhalt der Texte in ihre Untersuchung.

---

<sup>11</sup> Birgit Kuhbandner: *Unternehmer zwischen Markt und Moderne. Verleger und die zeitgenössische deutschsprachige Literatur an der Schwelle zum 20. Jahrhundert* (Mainzer Studien zur Buchwissenschaft, Band 17), Wiesbaden 2008.

<sup>12</sup> Zur historischen Entwicklung vgl. beispielsweise Valerie Holman: *Print for victory. Book publishing in England 1939-1945*, London 2008; Mary Hammond: *Reading, publishing and the formation of literary taste in England, 1880-1914*, Aldershot 2006.

<sup>13</sup> Olaf Blaschke, Hagen Schulze (Hrsg.): *Geschichtswissenschaft und Buchhandel in der Krisenspirale? Eine Inspektion des Feldes in historischer, internationaler und wirtschaftlicher Perspektive*, München 2006.

<sup>14</sup> George Gerbner, Larry Gross, Michael Morgan, Nancy Signorielli, James Shanahan: *Growing up with Television. The cultivation perspective*, in: Jennings Bryant, Dolf Zillmann (Hrsg.): *Media effects. Advances in theory and research*, Hillsdale 1994, S. 17-41; Hans Mathias Kepplinger: *Darstellungseffekte. Experimentelle Untersuchungen zur Wirkung von Pressefotos und Fernsehfilmen*, Freiburg, München 1987.

<sup>15</sup> Vgl. Ingrid Hamm, Thomas Hart (Hrsg.): *Kommunikationsordnung 2010. Märkte und Regulierung im interaktiven Zeitalter*, Gütersloh 2001.

<sup>16</sup> Vgl. dazu beispielsweise Dietrich Kerlen (Hrsg.): *Buchwissenschaft – Medienwissenschaft. Ein Symposium*, Wiesbaden 2004.

<sup>17</sup> Arthur Williams, Stuart Parkes, Julian Preece: *Literature, Markets and Media in Germany and Austria today*, Bern 2000.

<sup>18</sup> Vgl. Werner Faulstich, Riccarda Strobel: *Bestseller als Marktphänomen. Ein quantitativer Befund zur internationalen Literatur 1970 in allen Medien*, Wiesbaden 1986.

Eine Bestandsaufnahme der Bestsellerforschung veröffentlichte Anfang der 1980er Jahre wiederum Werner Faulstich. Nach der kurzen literatursoziologischen Hausse in den 1970er und 80er Jahren wurde die Bestsellerforschung wieder vernachlässigt. Sie gilt in der Literaturwissenschaft als ein Randthema, das das Buch zu stark dem Warencharakter unterwirft. Auch wenn dieses Forschungsgebiet ungern bearbeitet wird, so ist es doch von prägender Notwendigkeit, da Bücher (und damit einhergehend Verlage und Schriftsteller) auf einen Markt angewiesen sind. Die Rezeption deutscher Literatur wurde bereits in verschiedenen internationalen Kontexten erforscht. Jedoch beschränken diese Arbeiten sich meist auf Klassiker wie Goethe oder Lessing und weniger auf neuere Literatur.<sup>19</sup> Dabei wurden auch nie die verschiedenen Marktbedingungen in Zusammenhang mit dem Erfolg gesetzt.

Als Grundlage für den theoretischen Teil werden bisherige Forschungen zum internationalen Buchmarkt sowie zum internationalen Marketing zu Rate gezogen.<sup>20</sup> Einen guten Einblick in die chinesische Verlagslandschaft liefert der Sammelband *The Publishing Industry in China* von Robert E. Baensch.<sup>21</sup> Zu den Primärtexten liegen bereits einige Forschungsarbeiten vor, die allerdings kaum auf die Erfolgsfaktoren oder auf die internationale Rezeption eingehen.<sup>22</sup> Besonders inhaltliche Analysen und Interpretationen lassen sich in einem Überblick über das Material zu den Romanen ausmachen. Hinzu kommen diverse Lektürehilfen für Lehrer und Schüler, da die drei Texte allesamt im Schulunterricht behandelt wurden beziehungsweise werden. Für Kehlmann ist der Sammelband *Daniel Kehlmanns Die Vermessung der Welt. Materialien, Dokumente, Interpretationen* von Gunther Nickel hervorzuheben.<sup>23</sup> Bei Süskind bieten die Arbeiten von Rainer Scherf und David Freudenthal einen hilfreichen

---

<sup>19</sup> Vgl. bspw. Yi Zhang: *Rezeptionsgeschichte der deutschsprachigen Literatur in China von den Anfängen bis zur Gegenwart*, Bern 2007; Yushu Zhang: *Ein Jahrhundert Rezeption der deutschen Literatur in China*, in: *Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik*, Jahrgang 32 (2002), Heft 127 *Germanistik in Ostasien*, S. 78-96; Horst Denkler: *Von chinesischen Pferden und deutschen Missionaren. China in der deutschen Literatur – deutsche Literatur für China*, in: *The German Quarterly*, 60 (1987), S. 377-387; Ruth Klüger: *Zur Rezeption der deutschen Literatur im 20. Jahrhundert in den USA*, in: *Text + Kritik. Zeitschrift für Literatur*. Sonderband: *Ansichten und Auskünfte zur deutschen Literatur nach 1945*, München u. a. 1995, S. 132-135.

<sup>20</sup> Mark W. Rectanus: *German literature in the United States*, Wiesbaden 1990; Joachim Zentes, Bernhard Swoboda, Hanna Schramm-Klein: *Internationales Marketing*, München 2006; Stefan Müller, Katja Gelbrich: *Interkulturelles Marketing*, München 2004.

<sup>21</sup> Robert E. Baensch: *The Publishing Industry in China*, New Brunswick, NJ 2005.

<sup>22</sup> Zhihong Yin: *Was habe/hätte ich denn gemacht? Zur chinesischen Lektüre des Vorlesers von Bernhard Schlink im Zuge der Reflexionsliteratur Chinas*, in: *Literaturstraße. Chinesisch-deutsches Jahrbuch für Sprache, Literatur und Kultur*, Band 6 – 2005, S. 301-316; Yaling Feng: *Die Geschichte holt einen doch wieder ein – Über den Roman Der Vorleser von Bernhard Schlink*, in: *Literaturstraße. Chinesisch-deutsches Jahrbuch für Sprache, Literatur und Kultur*, Band 2 – 2001, S. 309-321; Julia Stein: „*Germans and humor in the same book*“. *Die internationale Rezeption der „Vermessung der Welt“*, in: Gunther Nickel (Hrsg.): *Daniel Kehlmanns „Die Vermessung der Welt“. Materialien, Dokumente, Interpretationen*, Reinbek 2008, S. 136-150.

<sup>23</sup> Daneben auch: Heinz Ludwig Arnold (Hrsg.): *Daniel Kehlmann. Text + Kritik* 177, München 2008.

Einstieg.<sup>24</sup> Zu Schlink finden sich überwiegend Aufsätze, die einen Bezug zur NS-Thematik haben.<sup>25</sup> Ein internationaler Vergleich verschiedener Bestseller existiert jedoch nicht, ebenso wenig Arbeiten, die die Marktbedingungen als Erfolgsfaktor integrieren.

Mit der spezifischen Kombination unterschiedlicher Fachgebiete und vor allem der Ausweitung auf internationale Literaturmärkte reagiert diese Arbeit auf diese Defizite in der Forschung. Die Arbeit verfolgt einen interdisziplinären Ansatz, indem sie unter dem Fokus literarischer Texte die Wechselwirkungen von Literatur, Kultur und Wirtschaft untersucht. Sie ist komparatistisch angelegt und verbindet systematisch Ansätze aus Literatur- und Buchwissenschaft sowie Marketingforschung. Miteinbezogen werden auch Aspekte der Buchmarkt- und Buchwirkungsforschung. Ebenso werden spezifische Verfahren und Methoden aus dem Bereich der Wirtschaft integriert, wie beispielsweise die unterschiedlichen Ausprägungen des Marketing-Mixes ('product', 'price', 'promotion' und 'place') sowie verschiedene Wettbewerbsdimensionen (Qualität, Preis, Zeit). Insgesamt werden aus den verschiedenen Elementen und Forschungsbereichen die Wechselwirkungen zwischen Literatur und Markt ersichtlich.

Durch die Auswahl der Texte werden drei unterschiedliche Bestseller und ihre Erfolge untersucht: Während *Die Vermessung der Welt* es vor allem in Deutschland zum Bestseller schaffte, gelang Schlink ein vergleichbarer Erfolg auch in den USA. *Das Parfum* erreichte sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene einen herausragenden Absatz. Dabei beschränkt sich die Arbeit auf die Betrachtung der näheren Vergangenheit, da sich hier die Mechanismen des Marketings durch eine weltweite Vernetzung zunehmend angleichen. Vor allem durch das Internet werden neue Wege der Produktvermittlung eröffnet. Darüber hinaus liegen für diesen Zeitraum noch keine internationalen und interdisziplinären Studien vor.

Die Arbeit soll keine Anleitung zur Produktion von Bestsellern sein, sie soll im Gegenteil die entscheidenden Faktoren und Bedingungen, die zum Erfolg eines Buches beitragen können, sowie die Komplexität des dafür notwendigen Netzwerks herausstellen. In den drei Fallstudien soll dies exemplarisch vorgeführt werden, wobei

---

<sup>24</sup> Rainer Scherf: *Der verführte Leser. Eine Interpretation von Patrick Süskinds „Das Parfum“*, Marburg 2006; David Freudenthal: *Zeichen der Einsamkeit. Sinnstiftung und Sinnverweigerung im Erzählen von Patrick Süskind* (POETICA. Schriften zur Literaturwissenschaft Band 80), Hamburg 2005.

<sup>25</sup> Martin Swales: *Sex, shame and guilt. Reflections on Bernhard Schlink's 'Der Vorleser' ('The reader') and J.M. Coetzee's 'Disgrace'*, in: *Journal of European studies* 33 2003, N.1, S. 7-22; Carl Wiemer: *Dichter und Richter. Bernhard Schlink überwindet die Vergangenheit*, in: *Tribüne* 42 2003, H.167, S. 162-176; Theo Mechtenberg: *Bernhard Schlink "Der Vorleser". Ein gewagter Umgang mit der Holocaust-Thematik?* In: *Annäherungen* 2003, S. 429-437.



sich zeigen wird, dass einige Faktoren nicht aktiv von Verlagsseite beeinflusst werden können, so unabdingbar sie für den Erfolg des Textes auch sein mögen.

## I. Theoretischer Teil

### 1.1. Der deutsche Buchmarkt

In Deutschland erscheinen jährlich etwa 83.400 Erstauflagen.<sup>26</sup> Der Anteil der fiktionalen Texte hat sich bei etwa 25 Prozent eingependelt, wobei wiederum ein Großteil Übersetzungen aus dem Englischen ausmachen. Folgende Tabelle gibt einen Überblick zur Titelproduktion sowie den Übersetzungen und Lizenzen:

| Jahr                 | 2008   | 2009   | 2010   |
|----------------------|--------|--------|--------|
| Neuerscheinungen     | 94.276 | 93.124 | 95.838 |
| Davon Übersetzungen  | 11.903 | 11.800 | 11.439 |
| Lizenzen ins Ausland | 7.605  | 6.278  | 8.191  |

Abbildung 2: Neuerscheinungen auf dem deutschen Buchmarkt.<sup>27</sup>

Zu all den Neuerscheinungen treten jedoch noch zahlreiche Titel, die bereits seit Jahren im Handel verfügbar sind. So waren etwa 1995 in der BRD 695.921 Titel auf dem Markt, die potenziell über den Ladentisch gehen können. Verständlich, dass bei dieser Menge leicht der Überblick verloren gehen kann. Die Tendenz der Produktion ist weiterhin steigend, wobei die Zahl der Abnehmer und Buchkäufe in etwa konstant bleibt. Allerdings mehrt sich langsam der Gebrauch sogenannter E-Books, was den Handel aktuell vor neue Herausforderungen und eine teilweise neue Leserschaft stellt. Der Buchmarkt wandelt sich – ebenso wie andere Märkte – und muss dabei auf bestimmte Gegebenheiten reagieren. Aus dem Feuilleton etwa werden immer wieder Stimmen laut, die behaupten, die deutsche Literaturkritik stehe vor ihrem Ende, Veränderungen in Richtung eines „Verdrängungswettbewerb[s] und [einer] Amerikanisierung“<sup>28</sup> seien spürbar. Dabei produzieren immer weniger Verlage sehr erfolgreiche Bücher, während viele kleine Verlage von der Kritik und damit auch von den Lesern nicht wahrgenommen werden, wodurch sie im Gesamtbetrieb an den Rand gedrängt werden. Immer kürzere Produktlebenszyklen fordern immer mehr Produkte,

<sup>26</sup> O. V.: *Der Buchmarkt 2008: Mehr Umsatz, weniger Neuerscheinungen*, in: Homepage von Börsenblatt, URL: <http://www.boersenblatt.net/329018/> (letzter Zugriff am 17.09.2012).

<sup>27</sup> Jana Lippmann: *Wirtschaftszahlen*, in: Homepage von Börsenverein des deutschen Buchhandels, URL: <http://www.boersenverein.de/de/158286> (letzter Zugriff am 12.09.2012) und o. V.: *Positives Ergebnis 2009: Buchmarkt gegen den Wirtschaftstrend*, in: Homepage von Börsenverein des deutschen Buchhandels, URL: [http://www.boersenverein.de/de/158446/Pressemitteilungen/387780?\\_nav=](http://www.boersenverein.de/de/158446/Pressemitteilungen/387780?_nav=) (letzter Zugriff am 17.09.2012).

<sup>28</sup> Ulrich Greiner: *Das Verschwinden der Kritik*, in: ders.: *Mitten im Leben. Literatur und Kritik*, Frankfurt am Main 2000, S. 229-241, hier S. 229.

die schnell und möglichst in einen bestimmten Trend passend auf den Markt gebracht werden können. In kleineren Unternehmen fehlen dazu meist die Kapazitäten, sowohl in finanzieller als auch in personeller Hinsicht.

Die Verlagslandschaft in Deutschland wird nicht – wie präsupponiert – von vielen, aber voneinander unabhängigen Unternehmen dominiert, sondern zahlreiche Verlage operieren unter einem Dach. Die bekannteste und größte Verlagsgruppe bildet Bertelsmann, deren Mitglieder unter anderem *Blanvalet*, *btb*, *DVA*, *Goldmann*, *Heyne*, *Luchterhand Literaturverlag*, *Manesse* und *Siedler* sind. Die zweite marktbeherrschende Gruppe ist Holtzbrinck; hierunter versammeln sich beispielsweise folgende Verlage: *S. Fischer*, *Rowohlt*, *Kiepenheuer & Witsch* und *Droemer Knaur*. Immer wieder sind es vor allem Unternehmen aus diesen Verlagsgruppen, denen es gelingt, Bestseller zu lancieren. Ein Zusammenhang kann hier durchaus in der Kostenersparnis durch eine vertikale Wertschöpfungskette gesehen werden, die sich nicht mehr auf den separaten Bereich des Lektorats bezieht, sondern die gesamte Produktion, Vermarktung und Logistik vereint. Da diese Bereiche von einigen oder teilweise allen Einzelverlagen geteilt werden, können größere Verlagsgruppen mit niedrigen Stückkostenzahlen und einer höheren Gewinnmarge rechnen.

Eine Ausnahme bildet der *Diogenes* Verlag, der seinen Hauptsitz zwar in der Schweiz hat, dessen Verbreitungsgebiet seiner Bücher allerdings der gesamte deutschsprachige Raum ist. Das Unternehmen gilt als der größte rein belletristische Verlag Europas, zudem agiert es unabhängig von einer Verlagsgruppe.

## 1.2. Die Ware Literatur: Der Zusammenhang zwischen Wirtschaft und Buch

Das Buch als solches ist ein Kulturgut, dessen Vermittlung allerdings weitestgehend nur im ökonomischen Zusammenhang vonstattengehen kann. Der Verleger übernimmt die Rolle des Kulturvermittlers, kann diese aber lediglich im Rahmen der ökonomischen Gegebenheiten ausspielen. Das heißt, er muss sich teilweise an die Marktgegebenheiten anpassen (etwa Gesetze oder rechtliche Ordnungen), andererseits ist er genötigt, seinen Umsatz zu vergrößern, neue Marktsegmente zu erschließen oder sein thematisches Gebiet auszuweiten, um fortzubestehen. Folglich ist ein Verleger stets beides: Kulturvermittler und Ökonom. Prekär ist allerdings die Entwicklung, dass Verlage sich immer stärker um Profit kümmern, dabei aber ihren kulturellen Auftrag (Vermittlung und Verbreitung von Literatur als Kultur- und Bildungsgut) zu vergessen scheinen.

Eine Einordnung der Ware Buch kann nach ökonomischen Maßstäben folgendermaßen vorgenommen werden: Zu unterscheiden gilt es ganz allgemein zwischen Produkten, die elementare Bedürfnisse befriedigen (wie bestimmte Lebensmittel) und jenen, die eher einen Symbol- oder Sympathiewert besitzen, wie Bücher oder Luxusgüter. Bei ersteren ist ein deutlich geringerer Werbeaufwand nötig als bei letzteren, da diese sich praktisch aus Notwendigkeit von alleine verkaufen. Bücher fallen in die zweite Kategorie, was bedeutet, dass der Sinn und Zweck ihres Kaufs auch in der Werbung verstärkt herausgestellt werden muss. Hierbei entsteht ein Spannungsfeld zwischen der eigentlichen Idee einer autonomen (also zweckfreien) Literatur und der Notwendigkeit eines Nutzens als Verkaufsargument. Der durchschnittliche Leser greift zum Buch überwiegend als Instrument der Unterhaltung, Lesen ist für ihn vorwiegend eine Freizeitbeschäftigung. Deshalb stellt er an seine Lektüre die Anforderung eines gewissen Unterhaltungswertes, der allerdings von Leser zu Leser unterschiedlich definiert wird. Während etwa mehr Frauen zur Unterhaltung lesen, greifen statistisch gesehen Männer häufiger zum Sachbuch.<sup>29</sup>

Der Verlag als Wirtschaftsunternehmen betreibt ebenfalls Werbung, allerdings ist der Aufwand dafür geringer als bei anderen Betrieben. Etwa sieben bis zehn Prozent des durchschnittlichen Verlagsumsatzes wird in die Werbung investiert.<sup>30</sup> Das Besondere am Buchmarkt ist sein beworbenes Produkt: „Werbung für Bücher bedeutet [...] in erster Linie Werbung für nicht austauschbare Produkte, die in relativ geringer Stückzahl zu einem relativ geringen Preis verkauft werden.“<sup>31</sup> Finanzieren kann sich das Unternehmen folglich nur durch den massenhaften Absatz eines Titels, was zu einer Querfinanzierung schlecht verkäuflicher Texte führt.

### 1.3. Begriffsklärungen und Explikationen

Zwar sind Bestseller gefragte Bücher, die in Presse, Hörfunk, Fernsehen und Internet besprochen und diskutiert werden, allerdings ist umstritten, wie genau ein Bestseller zu definieren ist. Auch ist unklar, wer oder was zum Erfolg eines Buches beiträgt, ob der Bestseller geplant werden kann oder ob er ein reines Zufallsprodukt ist. Die

---

<sup>29</sup> Vgl. Margit Blöck, Wolfgang R. Langenbacher: *Das Buch in einer sich wandelnden Medienwelt*, in: Rainer Diederichs, Ulrich Saxer, Werner Stocker (Hrsg.): *Buchbranche im Wandel. Zum 150-jährigen Bestehen des Schweizerischen Buchhändler- und Verleger-Verbandes*, Zürich 1999, S. 69-97, hier S. 79.

<sup>30</sup> Vgl. Hans-Helmut Röhring: *Wie ein Buch entsteht. Einführung in den modernen Buchverlag*, vollständig überarbeitet und aktualisiert von Klaus-W. Bramann, Darmstadt 2008, S. 133.

<sup>31</sup> Röhring: *Wie ein Buch entsteht*, S. 133.

verschiedenen Akteure haben sich im Lauf der Geschichte immer stärker diversifiziert und spezialisiert. Dies zeigt, dass zur Schaffung und Veröffentlichung eines Buches mehr notwendig ist als lediglich ein Autor und ein Verlag.

Im Folgenden werden die grundlegenden Begriffe dieser Arbeit definiert, da sie die elementare Basis für die Analyse in den nachstehenden Teilen bilden. Die Bestimmungen beziehen sich dabei auf den zu untersuchenden Gegenstand des gegenwärtigen Buchmarkts. Der Gebrauch der Termini in anderen Gebieten oder Märkten kann davon abweichend sein.

### 1.3.1. Akteure des Buchmarkts

Der Buchmarkt wird von unterschiedlichen Akteuren mit verschiedenen Aufgaben und Befugnissen geleitet und gesteuert; dies sind vor allem Autoren, Verlage, Agenten, Buchhändler, Kritiker und Leser. Funktionen und Aufgaben des Kritikers werden wegen ihrer Wichtigkeit im Rahmen dieser Arbeit separat unter Punkt 1.5. präsentiert. Die Arbeitsbereiche der weiteren Verantwortlichen werden hier kurz umrissen. Jedoch sind deren einzelne Aufgabenfelder nicht unabhängig voneinander, sondern überlagern sich oder gehen gar ineinander über. Nachstehendes Schaubild soll dies verdeutlichen:

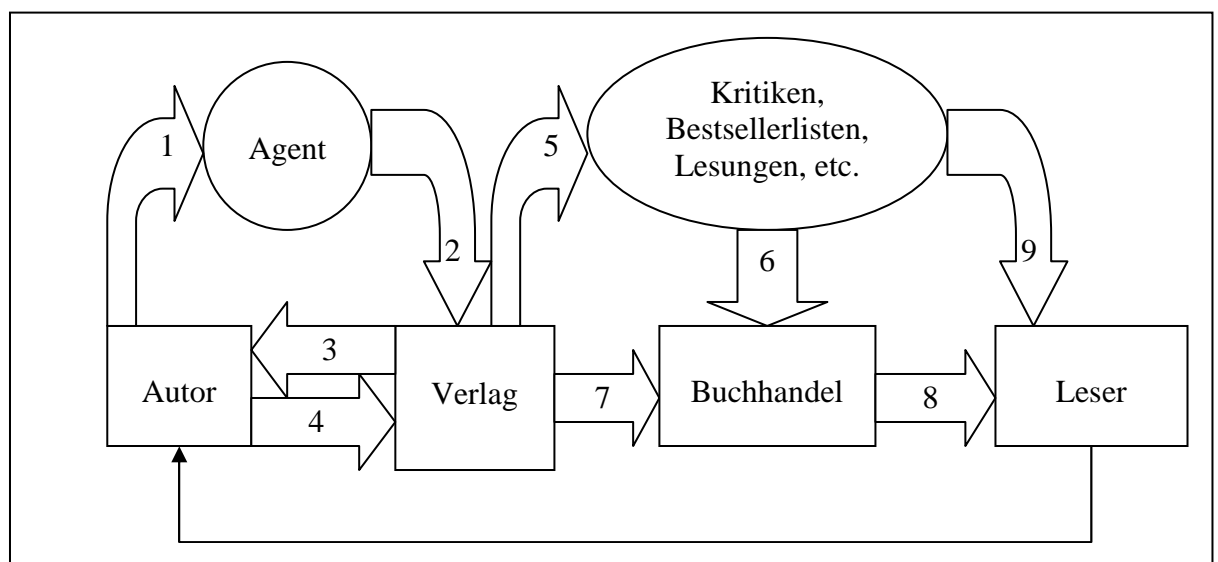


Abbildung 3: Das Modell des Buchmarkts. Eigene Darstellung.

Dabei wird deutlich, dass der Verlag (hier als Überbegriff für Verleger, Lektorat und Marketingabteilung) als zentrales Steuerelement fungiert: Er kann sowohl auf die Autoren und ihre Textproduktion (3) als auch die Kritiken (5) und damit indirekt das Kauf- und Leseverhalten der Nachfrager (6 und 9) Einfluss nehmen. Die einzige

Möglichkeit, ein Gegengewicht zu bilden, haben die Agenten, da sie durch ihre Textvorauswahl die Gegenwartsliteratur beeinflussen können (1 und 2). Doch selbst sie müssen sich vermehrt nach dem Programm und den Wünschen des Verlags richten, um ein Manuskript auf den Markt zu bringen. Zwischen Verlag und Leser ist neben den Kritiken noch der Buchhandel zwischengeschaltet (7 und 8), auch er kann durch bestimmte Angebote von Verlagsseite (etwa deutlich höhere Rabatte ab einer bestimmten Zahl an Bestellungen) auf das Angebot für den Leser einwirken.

#### a) Autor

Funktion und Präsenz des Autors wird in der literaturwissenschaftlichen Forschung höchst unterschiedlich aufgefasst und in Analysen oder Interpretationen eingebunden.<sup>32</sup>

Der Autor als Person (teilweise auch unabhängig von seinem Text und seiner schöpferischen Leistung) steht in dieser Arbeit überwiegend im Vordergrund.

Der Schriftsteller ist der Urheber eines Textes; die Ideen inhaltlicher und formaler Art stammen eigentlich aus seiner Feder. Jedoch gibt es diverse Eingriffsmöglichkeiten in sein Manuskript durch den Agenten und den Verlag. Das Urheberrecht an der geistigen und schöpferischen Idee ist nicht veräußerlich, das heißt, es bleibt zu Lebzeiten beim Autor und geht nach dessen Tod an seine Erben über.<sup>33</sup> Siebzig Jahre nach dem Tod des Autors tritt allerdings die sogenannte Gemeinfreiheit ein, was konkret bedeutet, dass die Verwertungsrechte nicht mehr nur bei einem Verlag liegen, sondern von anderen Verlagen aufgegriffen werden können, sprich, ein Buch kann dann auch bei verschiedenen Verlagshäusern erscheinen.<sup>34</sup>

Wie genau der Schriftsteller seine Aufgabe auffasst, ist äußerst unterschiedlich: Die Autoren können Literatur im Sinne von Kunst verfassen und wollen sich dabei nicht intensiv nach dem Markt ausrichten. Texte, die auf diese Art entstehen, befinden sich meist abseits der Literatur des sogenannten Mainstreams und sprechen daher meist nur einen kleinen Kundenkreis an. Doch gilt auch hier, „daß wohl kein Autor ganz allein und in völliger Autonomie seinen Text zur Druckreife bringt.“<sup>35</sup> Denn solch ein Text wäre nicht (objektiv) daraufhin geprüft worden, ob er tatsächlich dem Leser in dieser Form dargeboten werden kann, sprich: ob er überhaupt lesbar und lesenswert ist. Ein weiterer Kritikpunkt an diesem Modell ist die Aufgabe des Verlags. Diese besteht

---

<sup>32</sup> Vgl. hierzu: Fotis Jannidis et al. (Hrsg.): *Texte zur Theorie der Autorschaft*, Stuttgart 2000.

<sup>33</sup> Vgl. §28 Abs. 1 UrhG und §64 UrhG.

<sup>34</sup> Darauf beruht die Geschäftspolitik des *Reclam* Verlags in Deutschland, in Großbritannien arbeitet Penguin Books nach einem ähnlichen Prinzip.

<sup>35</sup> Josef Haslinger, Hans-Ulrich Treichel: *Vorwort*, in: dies. (Hrsg.): *Wie werde ich ein verdammt guter Schriftsteller? Berichte aus der Werkstatt*, Frankfurt a. M. 2005, S. 7-10, hier S. 9.

nämlich nicht nur darin, einen Text zu drucken, sondern umfasst von der Planung über die Produktion bis zum Marketing den gesamten Herstellungsprozess. Folglich sehen auch Autoren mehr in einem Verlag:

Autoren suchen Verleger primär nicht als Gesprächspartner über Inhalte oder intellektuelle Sparringpartner, sondern als Dienstleister auf den Gebieten, für die sie selbst nicht kompetent sind: Produktion, Finanzierung, Werbung, Vertrieb, Rechtswahrnehmung, Öffentlichkeitsarbeit.<sup>36</sup>

Die Verbindung zwischen Schriftsteller und Verlag bildet sich vom Standpunkt des Schreibenden auf der Grundlage der ökonomischen Aspekte: Vordergründig scheinen nicht Programm und Betreuung für die literarischen Probleme entscheidend zu sein, sondern vielmehr die Kapazitäten und Möglichkeiten, den Text zu publizieren.

#### b) Agent

Die weltweit erste Literaturagentur (Dr. Otto Loewensten's Institut für die Vermittlung literarischer Geschäfte) wurde 1868 in Berlin gegründet.<sup>37</sup> Bis 1933 waren viele Agenten jüdischer Herkunft, das heißt, dass mit Hitlers Machtergreifung auch dieser Unternehmenszweig zerstört wurde und sich nach 1945 nur zaghaft wieder restaurierte. Zuerst in den USA und Großbritannien etabliert, werden die Literaturagenten auch zunehmend in Europa bekannt. Bis vor einigen Jahren hatten die Verlage mit ihnen vor allem dann Kontakt, wenn es um Übersetzungsrechte und Lizenzen ging. Ihre Funktion besteht eigentlich in der Vermittlung von Texten an Verlage und somit auch im Brückenschlag zwischen Autor und Lektor beziehungsweise Verlag. Sie wägen ab, welches Manuskript in welches Verlagsprogramm am besten passt, dafür erhalten die Agenten eine Provision bei erfolgreicher Vermittlung vom Autor. Die Vorauswahl liegt aktuell also nicht mehr nur beim Lektor, die erste Filtration wird vom Agenten durchgeführt. Auch finden in diesem Prozess bereits Um- oder Bearbeitungen des Manuskripts statt. „Der Agent berät den Autor, und er wird das Manuskript erst dann anbieten, wenn es seinen Vorstellungen entspricht“, so definiert Ingrid Anna Kleihues die Aufgaben eines Agenten.<sup>38</sup> Was dann beim eigentlichen Verlagslektor ankommt, ist folglich nur noch ein Bruchteil der ursprünglich angebotenen Texte. Erst wenn der Verlag das Manuskript zu drucken in Erwägung zieht, finden (direkte) Verhandlungen

---

<sup>36</sup> Von Lucius: *Verlagswirtschaft*, S. 16.

<sup>37</sup> Vgl. Carolin Holzmeier: *Die Netzwerker im Literaturbetrieb*, in: Heinz Ludwig Arnold, Matthias Beilein (Hrsg.): *Literaturbetrieb in Deutschland*, 3. Auflage, Neufassung, München 2009, S. 47-58, hier S. 53.

<sup>38</sup> Ingrid Anna Kleihues ist Literaturagentin in Stuttgart. Das Interview ist im Anhang (S. 293f.) nachzulesen.

zwischen ihm und dem Autor statt (vgl. Punkt 3 in Abbildung 3). Das heißt, der Agent übernimmt in zunehmendem Maße die eigentlichen Aufgaben des Lektors, dessen Tätigkeitsfeld sich wiederum verschiebt, wie im nachstehenden Unterpunkt geschildert.

### c) Lektor

Die ursprüngliche Aufgabe des Lektors lag im Redigieren von Manuskripten und im Aufbau einer beruflichen Beziehung zwischen Autor und Verlag, was meist mittels einer (freundschaftlichen) Bindung an den Lektor selbst geschah. Selbiger testet das Buch eben auch auf seine Lesbarkeit. Dabei achtet er vor allem auf „stimmige Dramaturgie, Sprache und sachliche Richtigkeit eines Textes“.<sup>39</sup> Klaus Britting sieht die Hauptaufgabe des Lektors „im Redigieren, also in der Bearbeitung angenommener Manuskripte, in der Zusammenarbeit mit dem Autor, der Diskussion um Textänderungen und deren Realisierung.“<sup>40</sup> Um das Buch qualitativ bewerten zu können, sollte der Lektor von der Frage geleitet werden: „Was hebt es aus der Masse der Bücher heraus?“<sup>41</sup> Er versucht den Text qualitativ für den Leser aufzubereiten, allerdings ohne dem Autor einen anderen Stil oder Ähnliches aufzuzwingen. Der Text muss bereits einige Qualitäten aufweisen, denn er soll und kann nicht durch das Lektorat völlig neu geschrieben werden. Sehr präzise beschreibt Ulrich K. Preuß, was ein Lektor zur Textqualität beitragen kann:

Ein Buch ist um so besser, je weniger man die Arbeit des Lektors an ihm erkennt, denn seine Tätigkeit besteht ausschließlich darin, die Autorschaft in der Makellosigkeit des Textes zum reinsten Ausdruck zu bringen und alles Textfremde, einschließlich die Spuren seiner eigenen Geburtshilfe zu tilgen.<sup>42</sup>

Der Lektor hilft also dem Autor, unterstützt ihn bei seiner Tätigkeit, um aus dem Text ein Stück Literatur zu schaffen. Die schwierigste Aufgabe muss der Lektor allerdings schon zuvor bewältigen: Er muss erkennen, welcher Text das Potential hat, gedruckt zu werden; er muss sozusagen das Minderwertige vom Qualitativen trennen können. Nur der Text, der bereits einige (oder sogar viele) der oben aufgezählten Elemente besitzt,

---

<sup>39</sup> Rainer Groothuis: *Wie kommen die Bücher auf die Erde? Über Verleger und Autoren, Verkäufer und das schöne Buch*, überarbeitete und erweiterte Neuauflage, Köln 2007, S. 23.

<sup>40</sup> Klaus Britting: *Was, auch Sie haben ein Buch geschrieben?* In: *Verlagssuche: Alles, was Sie zum Thema Schreiben und Veröffentlichen wissen müssen*. Frankfurt am Main 2007, S. 15-33, hier S. 20.

<sup>41</sup> Gill Davis: *Beruf: Lektor*, Friedrichsdorf 1995, S. 57.

<sup>42</sup> Ulrich K. Preuß: *Der Humankapitalist. Mutmaßungen über den Beruf des Lektors*, in: Rebekka Habermas, Walter H. Pehle (Hrsg.): *Der Autor, der nicht schreibt. Versuche über den Büchermacher und das Buch*, Frankfurt am Main 1989, S. 169-180, hier S. 175.



hat eine Chance, als Buch zu erscheinen. Kurz, der Lektor erkennt das Positive und versucht dies qualitativ noch zu steigern.

Manuskripte, die dem Verlag zugesandt werden, durchlaufen einen langen Prozess der Aufbereitung: Vor allem der Lektor greift hier in den Text ein. Einer Umfrage unter Lektoren zufolge beschränken sich diese Eingriffe überwiegend auf die sprachliche Ebene und weniger auf die inhaltliche des Textes.<sup>43</sup> Ebenfalls Einfluss nimmt die Marketingabteilung, allerdings beschränken sich ihre Haupttätigkeitsfelder mehr in der äußerliche Aufmachung: Cover, Schrift und Bindung unterliegen ihrer Kompetenz. Des Weiteren hat die Marketingabteilung meist eine Entscheidungsbefugnis, was den Titel betrifft. In den Verlagen wird bei der Abstimmung, welche Titel 'gemacht' werden, seit längerer Zeit die Marketingabteilung miteinbezogen. Verschiedene Vermarktungsstrategien werden durchgespielt, ein Kosten-/Nutzenplan erstellt, und es wird abgewogen, ob sich der Titel wirklich rechnet.

Mittlerweile hat sich der Ablauf allerdings weiter verschärft: Den Verlagen werden gegenwärtig überwiegend Exposés oder die ersten zwei Kapitel eines belletristischen Werkes zugesandt. Daran muss der Lektor bereits die Wirkungsfähigkeit erkennen, die sich in dem gesamten Text verbirgt. Entspricht diese seinen Vorstellungen und passt das Buchkonzept ins Verlagsprogramm, fordert er den Autor auf, das gesamte Manuskript vorzulegen. Ist der Text noch nicht abgeschlossen, so hat der Lektor die Möglichkeit, noch intensiver an der Gestaltung mitzuarbeiten. Darunter fallen einerseits qualitätssichernde Tätigkeiten, wie das regelmäßige Lesen von Auszügen, hilfreiche Feedbacks und Kritiken abzugeben, aber auch „mitfühlendes Verständnis für die einsame und schwierige Aufgabe des Autors“<sup>44</sup> zu haben.

Damit das Werk letztendlich den Ansprüchen des Lektors genügt, werden genaue Verträge unterzeichnet, die neben Festlegung des Umfangs und Abgabetermins beispielsweise auch Vereinbarungen bezüglich Thema und Stil umfassen. Sollten dem Lektor beim Durchsehen des fertigen Manuskripts dennoch Zweifel aufkommen, kann er sich an professionelle Gutachter oder bezahlte Testleser wenden. Ersterer kann zum Beispiel ein anderer Autor sein, der schon viele Erfahrungen mit Büchern des entsprechenden Genres gemacht hat oder eine Person einer Bildungseinrichtung.<sup>45</sup>

---

<sup>43</sup> Vgl. Peter Paul Schwarz, Susanne Krones: *Lesende Schreiber, schreibende Leser. Lektorat in den Literaturverlagen der Jahrtausendwende*, in: Evi Zemanek, Susanne Krones (Hrsg.): *Literatur der Jahrtausendwende. Themen, Schreibverfahren und Buchmarkt um 2000*, Bielefeld 2008, S. 373-388, hier S. 386.

<sup>44</sup> Davis: *Beruf: Lektor*, S. 95.

<sup>45</sup> Vgl. dazu Davis: *Beruf: Lektor*, S. 47.

Der Lektor ist meist die einzige Person in einem Verlag, die das Buch vor Veröffentlichung gelesen hat und somit auch die einzige, die den Inhalt wirklich kennt. Deshalb fallen in seinen Aufgabenbereich auch Tätigkeiten, die mit der Gestaltung des Buches (Umschlag, Klappentext) und der Vermarktung (Plakate, Werbung) zu tun hat. Auch vergleicht er häufig ein Manuskript mit bereits erschienenen Büchern, um anhand dessen den potentiellen Erfolg abschätzen zu können.<sup>46</sup> Hierbei spielen betriebswirtschaftliche Größen wie Absatzzahlen, Deckungsbeitrag oder Marktbeherrschung eine immer wichtigere Rolle. War der Lektor früher noch „Betreuer“ – oft auch Freund<sup>47</sup> für den Schriftsteller, so arbeitet er mittlerweile stärker für den wirtschaftlichen Erhalt des Unternehmens. Deshalb wandelt sich auch das Berufsbild vom Fürsorger des Autors zum Produktmanager, also weg von der Person, hin zum Produkt Buch. Bei der Beurteilung von Manuskripten stehen somit vielmehr die Probleme im Raum, inwiefern ein Buch ins Programm passt oder ob es die Aufmerksamkeit von genügend Leser auf sich zieht. Diese Aufgaben nehmen stetig an Wichtigkeit zu. Die Vorauswahl der in Betracht kommenden Manuskripte muss demzufolge von einer anderen Instanz übernommen werden, da der Lektor selbst kaum noch Zeit zum Lesen neuer Manuskripte hat. Auch durch die bereits angesprochene Flut an Büchern, die zu prüfen sind, wären die Lektoren alleine hoffnungslos überlastet. Deshalb treten hierfür die Literaturagenturen auf den Plan.

#### d) Verleger

Der Verleger ist als Inhaber des Verlags ein Unternehmer. Meist hat er die Position eines Lektors inne und kümmert sich gleichzeitig um die ökonomischen Belange des Unternehmens. Auch bestimmt er maßgeblich die Richtung, die der Verlag einschlagen soll, das heißt, welchen literarischen, thematischen oder preislichen Anspruch die Bücher haben. Der Verleger trägt folglich einen Teil der Verantwortung für die Art und Weise der literarischen Produktion. Mittels Regulierungen und Konformitätsansprüchen beeinflusst die Unternehmensökonomie, welche Bücher erscheinen und welcher Aufwand für deren Vertrieb unternommen wird.

In einigen Fällen bringt der Verleger in das Unternehmen nicht nur sein eigenes Kapital mit ein, sondern er haftet unter Umständen auch persönlich. Genau aus diesen Aspekten heraus muss der Verleger unternehmerisch denken, also einer ökonomischen Handlungsweise folgen. Dies verdeutlicht, dass die Idee, der Buchmarkt sei ein reiner

---

<sup>46</sup> Vgl. Davis: *Beruf: Lektor*, S. 28.

<sup>47</sup> Groothuis: *Wie kommen die Bücher auf die Erde?* S. 23.

Ort der Kunst – ohne jeglichen Warencharakter und ohne ökonomisches Denken und Handeln – nicht aufgeht. Verlage sind wie alle Unternehmen gezwungen, sich wirtschaftlich auszurichten, auch sie müssen Gewinne erzielen, um am Markt bestehen zu können. Dieses Verhalten ist jedoch keinesfalls neu, es existiert schon so lange wie der Buchmarkt selbst.

#### e) Buchhandel

Der Buchhandel bildet die Verbindungsstelle zwischen Verlag und Käufer. Er wird von den Unternehmen mit entsprechenden Werbematerialien versorgt, um einen bestimmten Titel beispielsweise im Schaufenster zu platzieren. Neben dem Buchhandelsrabatt gibt es noch weitere finanzielle Anreize für den Händler, bestimmte Bücher stärker zu bewerben als andere: Sonderkonditionen oder spezielle Sammelpakete werden etwa angeboten; für eine gute Platzierung des Titels (direkt am Eingang oder neben der Kasse, liegend auf Tischen statt im Regal stehend) zahlen die Verlage meist einen gewissen Betrag an das Geschäft.

Hinzu kommt die größere Reichweite von Buchhandelsketten, die dazu führt, dass hier vorwiegend die großen Verlage präsent sind, wohingegen kleine nicht ins Programm passen. Buchhandelsketten (wie zum Beispiel Hugendubel oder Thalia) üben eine starke Einkaufsmacht aus, wie Beate Bauer bemerkt:

Häufig handeln sie höhere Rabatte als die fünfzig Prozent im Preisbindungsrevers festgelegten aus oder treffen eine klare Auswahl, welche Verlage sie ins Sortiment nehmen. Empfangen werden nur noch Vertreter, die Verlage mit „gutgehenden“ Titeln im Gepäck haben, und geordert wird nur, was sich auch gut verkaufen lässt.<sup>48</sup>

Was von Agenten und Verlagen bereits gefiltert wurde, wird nun in einem weiteren Schritt nochmals selektiert, Unverkäufliches wird aussortiert, übrig bleibt eine massenkompatible (da an viele Leser verkäufliche) Auswahl, die dem Kunden als neuester Trend angepriesen wird. Unabhängige Buchhandlungen, die auch kleinere Verlage im Sortiment haben oder sich auf bestimmte Fachgebiete spezialisiert haben, werden seltener. Gründe für deren Verschwinden sind ein zu geringer Kundenkreis, durch den kaum mehr die Miete finanziert werden kann, das Aufkaufen durch große Buchhandelsketten und die Verfügbarkeit von ausgefallenen und speziellen Titeln im Internet.

---

<sup>48</sup> Beate Bauer: *Wieviel darf Leselust kosten? Über die Kommerzialisierung des Buchmarktes*, in: Klaus Maiwald, Peter Rosner (Hrsg.): *Lust am Lesen* (Schrift in Bild und Bewegung, Bd. 2), Bielefeld 2001, S. 151-171, hier S. 158f.

Händler im Internet sind relativ schnell nach dem Aufkommen des Online-Buchhandels dazu übergegangen, Sonderkonditionen für den Kunden anzubieten. Bei nahezu allen Internet-Buchhandlungen werden etwa die Versandkosten übernommen, außerdem können Bestellungen rund um die Uhr angenommen werden. Auch entwickelt etwa *Amazon* ein sogenanntes Käuferprofil, wobei Titel, die den bereits gekauften ähneln (etwa im Genre oder vom selben Autor stammen), dem Kunden empfohlen werden.

### 1.3.2. Bestseller

Bestseller sind im täglichen Leben überall präsent. Die Bezeichnung beschränkt sich nicht einzig auf Bücher, sondern auch auf andere Medien, wie zum Beispiel Filme und weitere Produktfelder, wie etwa Möbel oder Autos.<sup>49</sup> Die englische Bezeichnung sagt es bereits: Ein Bestseller ist ein Produkt, das sich am besten verkauft, das heißt, die Häufigkeit und Frequenz der Nachfrage machen den Erfolg aus. Wie viele Exemplare sich verkaufen müssen, damit ein Buch das Prädikat 'Bestseller' erhält, ist nicht festgelegt. Die Zahlen schwanken zwischen 20.000 und 100.000 der Originalausgabe, andere setzen gar 500.000 als Maßstab an.<sup>50</sup> Unklar ist auch, in welchem Zeitraum eine bestimmte Verkaufszahl erreicht werden soll. Das Reallexikon der Literaturwissenschaft fasst den Begriff des Bestsellers recht weit: „[A]ls erfolgreich ausgewiesenes bzw. bezeichnetes Buch oder auch anderes Verkaufsprodukt“<sup>51</sup> wird der Bestseller definiert und verweist damit nicht auf eine konkrete Zahl, sondern lediglich auf den Erfolg (vgl. hierzu auch Abschnitt 1.3.3.). Folgende Explikation soll als relevant für die vorliegende Arbeit gelten: Bestseller sind Bücher, die sich innerhalb eines bestimmten Zeitraumes in einem bestimmten räumlichen Gebiet (regional, national, international) relativ häufiger verkaufen als andere derselben Art. Dadurch lassen sich die Bestseller in unterschiedliche Kategorien einordnen: Die Bände der Harry Potter-Reihe sind internationale Bestseller, die es in zahlreichen Ländern auf mehreren Kontinenten an die Spitzen der Bestsellerlisten schafften, in verschiedensten Zeitungen,

---

<sup>49</sup> Im Folgenden wird die Definition spezifisch für die Ware Buch sein, Ähnlichkeiten zu anderen Produkten können allerdings vorhanden sein.

<sup>50</sup> Vgl. zu den unterschiedlichen Angaben Andrée Fischer-Marum: *Träumen Sie vom Bestseller?* In: *Berliner Lesezeichen. Literaturzeitung. Thema: Bestseller, Schmöker, Ratgeber*, 2. Jahrgang, Heft 8/9, August/September 1994, S. 64-66, hier S. 64; Peter Uwe Hohendahl: *Promotor, Konsumenten, Kritiker. Zur Rezeption des Bestsellers*, in: Reinhold Grimm, Jost Hermand (Hrsg.): *Popularität und Trivialität*, Frankfurt am Main 1974, S. 169-210, hier S. 171; Michael Minden: *Bestseller Lists and Literary Value in the Twentieth Century*, in: Nicholas Saul, Ricarda Schmidt (Hrsg.): *Literarische Wertung und Kanonbildung*, Würzburg 2007, S. 163-172, hier S. 169.

<sup>51</sup> Werner Faulstich [Art.]: *Bestseller*, in: Klaus Weimar (Hrsg.): *Reallexikon der deutschen Literaturwissenschaft*, Neubearbeitung des Reallexikons der deutschen Literaturgeschichte, Band I, Berlin, New York 1997, S. 217-219, hier S. 217.

Zeitschriften, Radio- und TV-Programmen für Schlagzeilen sorgten und so tatsächlich international überdurchschnittlich erfolgreich waren und sind. Dazu im Gegensatz stehen beispielsweise die sogenannten „Schwaben-Krimis“, die vor allem regional einen höheren Absatz erfahren als national und international aller Wahrscheinlichkeit nach kaum wahrgenommen werden.<sup>52</sup> Zwischen diesen beiden Extremen dürften – das soll die folgende Analyse auch zeigen – die drei Romane von Süskind Schlink und Kehlmann stehen. Zwar waren sie im deutschsprachigen Raum erfolgreich, jedoch hatte die internationale Aufnahme unterschiedliche Ausprägungen.

Allerdings ist der Begriff Bestseller – lediglich verstanden als: am häufigsten verkauft – weiterhin unsicher. Denn reine Verkaufszahlen geben keinen eindeutigen Aufschluss über die Rezeption der Bücher. Unklar bleibt des Weiteren, wie das Buch gelesen wird (komplett, nur in Abschnitten, Überspringen mehrerer Seiten) und ob es überhaupt gelesen wird. Außerdem existieren keine Angaben darüber, wie viele Personen ein und dasselbe Exemplar lesen. Unsicherheiten kommen auch im Bereich der Bibliotheken und Büchereien vor: Hier sind die meisten Bücher (vor allem die Bestseller) zwar in den Regalen zu finden, jedoch wird nicht immer festgehalten, ob und wie oft das Buch ausgeliehen wird. Ebenfalls wird nicht nachgewiesen, wie intensiv die Lektüre des Buchs ist und ob es (was in Universitätsbibliotheken häufiger der Fall sein mag) gar zu Forschungszwecken verwendet oder in der Freizeit gelesen wird. Sprich: Was nach dem Kauf mit dem Buch passiert, ist nicht erforscht und es scheint die Verlage auch nicht zu interessieren. Offensichtlich erkennen sie nicht das Potenzial, das in einem gelesenen Buch steckt, sei es konkret auf den einen Titel bezogen, der dann durch Mundpropaganda weitere Nachfrager anlockt, oder in Hinblick auf den Autor, da sich der Leser für weitere Texte des Verfassers interessieren könnte. Das Instrument der Kundenbindung existiert im Buchmarkt augenscheinlich nicht.

Hingegen kommt dem Phänomen der Bestsellerliste – mit seiner zwar relativ kurzen, aber dafür umso einflussreicheren Geschichte – eine größere Aufmerksamkeit zu. Entstanden ist dieses Messinstrument des literarischen Erfolgs (zumindest in quantitativer Hinsicht) auf dem angelsächsischen Buchmarkt am Ende des 19. Jahrhunderts. 1927 erschien erstmals in Deutschland eine ähnliche Liste in der *Literarischen Welt*.<sup>53</sup> Am 5. September 1962 wurde in der Bundesrepublik die erste dieser Listen im Wochenmagazin *Der Spiegel* publiziert, die dann ab 1963 regelmäßig

---

<sup>52</sup> Als Beispiele seien hier die Romane von Klaus Wanninger genannt.

<sup>53</sup> Minden: *Bestseller Lists*, S. 165.

veröffentlicht wurde und mittlerweile als die einflussstärkste gilt.<sup>54</sup> Erstellt wird sie von *Buchreport*, einem Fachmagazin für die deutsche Buchbranche. Dabei werden die Verkäufe in mehr als 500 Buchhandlungen elektronisch gespeichert und aufgearbeitet. „Die Buchhandlungen wurden so ausgewählt, dass sie mit ihren Umsätzen und Standorten der Gesamtheit des Buchhandels in Deutschland entsprechen“,<sup>55</sup> so *Buchreport*. Mehr als 4.000 Buchhandlungen sind deutschlandweit zu verzeichnen, das heißt, aus etwa zehn Prozent aller Buchläden wird eine Erhebung für das gesamte Bundesgebiet vorgenommen (hinzu kommen noch diverse Online-Buchhandlungen, die ebenfalls nicht berücksichtigt werden). Um in die Bestsellerliste aufgenommen zu werden, muss ein Text einige (von *Buchreport* vorgegebene) Kriterien erfüllen: Inhaltlich muss es sich bei dem Text um eine „eigenschöpferische Leistung“ handeln, somit sind „Nachschlagewerke und Zusammenstellungen von bereits veröffentlichten Texten“ nicht in die Liste aufzunehmen.<sup>56</sup> Ebenso werden „Ratgeber [...], Sonderausgaben sowie Geschenkbücher“ nicht auf der Hardcover Bestsellerliste verzeichnet, wofür *Buchreport* folgende Erklärung gibt: „Mit diesen Auswahlkriterien will 'Der Spiegel' verhindern, dass die Bestsellerlisten über Jahre blockiert und uninteressant werden.“<sup>57</sup> Prekär ist diese Aussage insofern, da hier deutlich wird, dass *Der Spiegel* mit seiner Bestsellerliste einen anderen Zweck verfolgt als lediglich die (objektive) Wiedergabe der meist verkauften Bücher und deswegen eine Filtration vornimmt. Titel, die noch nie auf der Bestsellerliste des *Spiegels* erschienen sind (wie etwa *Duden*, *Bibel*, *Shell-Atlas* oder *Der kleine Prinz*), werden zu den Longsellern gezählt, da sie sich seit mehreren Jahrzehnten gut verkaufen.<sup>58</sup> Die Bibel gilt übrigens als das am weitesten verbreitete Buch, mehr als 50 Millionen Exemplare haben sich wahrscheinlich seit 1812 in Deutschland verkauft – und sie stand nie auf der Bestsellerliste.<sup>59</sup>

Die dritte zu erfüllende Vorgabe, um auf der *Spiegel*-Bestsellerliste platziert werden zu können, bezieht sich auf unterschiedliche Ausgaben, wobei diese nicht addiert werden, sondern nur die Ausgabe gezählt wird, welche sich am stärksten verkauft. Ein weiteres

---

<sup>54</sup> Vgl. Klaus Ziermann: *Bestseller auf dem deutschen Buchmarkt. Eine dreißigjährige Bilanz*, in: *Berliner LeseZeichen. Literaturzeitung. Thema: Bestseller, Schmöker, Ratgeber*, 2. Jahrgang, Heft 8/9, August/September 1994, S. 13-16, hier S. 13.

<sup>55</sup> Vgl. hierzu o. V.: *Ermittlung der Bestseller*, in: Homepage von *Buchreport*, URL: [http://www.buchreport.de/bestseller/ermittlung\\_der\\_bestseller.htm](http://www.buchreport.de/bestseller/ermittlung_der_bestseller.htm) (letzter Zugriff am 17.09.2012).

<sup>56</sup> O. V.: *Ermittlung der Bestseller*.

<sup>57</sup> O. V.: *Ermittlung der Bestseller*.

<sup>58</sup> Vgl. Konrad Umlauf: *Das Buch im Mediengefüge. Folien zum Vortrag* (Berliner Handreichungen zur Bibliothekswissenschaft, 86), Berlin 2001, S. 10.

<sup>59</sup> Vgl. Klaus Ziermann: *Der deutsche Buch- und Taschenbuchmarkt*, S. 254; auch Georg Ramseger nennt Titel, die noch nie auf einer Bestsellerliste aufgetaucht sind: Georg Ramseger: *Bestsellerlisten – zynische Verhöhnung des Lesers*, in: Heinz Ludwig Arnold (Hrsg.): *Literaturbetrieb in der Bundesrepublik Deutschland. Ein kritisches Handbuch*, 2. völlig veränderte Auflage, München 1981, S. 92-102.

Kriterium, war die Voraussetzung, dass es sich um ein Buch eines deutschsprachigen Verlags handelt. Geändert hat sich diese Regelung allerdings, als im Juni 2003 erstmals ein englischsprachiges Buch auf die Ränge der *Spiegel*-Bestsellerliste schaffte: Der fünfte Teil der Reihe *Harry Potter* erlaubte es fortan auch anderen englischen Titeln, in die deutschen Bestsellerlisten aufgenommen zu werden.

Alle diese Kriterien und die Erhebungsmethode via Abrufung der eingescannten ISBN-Nummern in den ausgewählten 400 Buchhandlungen existiert erst seit dem Jahr 2001. Zuvor oblag diese Aufgabe den einzelnen Buchhändlern, die rein nach ihrem subjektiven Empfinden die Verkaufszahlen schätzten, wobei *Buchreport* Vorschlagslisten zur Orientierung verschickte, was der Erhebungsmethode doch einen regulierten Aspekt verlieh.<sup>60</sup>

Die größte Konkurrenz der *Spiegel*-Bestsellerliste ist die des Magazins *Focus*, welche von *Media Control* aus immerhin 800 (also etwa 20 Prozent der) Buchhandlungen ermittelt wird. Doch beide Listen beziehen einige (absatzstarke) Kategorien nicht mit ein, so werden beim *Spiegel* der Online-Buchhandel und bei beiden Magazinen Ramschhandel, Direktverkauf sowie Buchklubs nicht berücksichtigt.<sup>61</sup>

Ein anderes Verfahren wählt die Online-Buchhandlung *Amazon*: Sie erstellt ihre eigene Bestsellerliste, worauf auch lediglich die von ihr verkauften Titel platziert werden. Die Liste wird stündlich aktualisiert, die Zahlen entsprechen den absoluten Verkaufszahlen. Zur Ergänzung sei hier das Phänomen der Bestenliste genannt. Es handelt sich dabei um eine Rangliste, die nicht nach Verkaufszahlen erstellt wird, sondern durch die persönliche Meinung bestimmter Jurymitglieder. Populärstes Beispiel ist die Bestenliste des SWR. Hier bewerten dreißig Kritiker Bücher durch ein Punktesystem und mit einem Schwierigkeitsgrad der Lektüre. Die Liste erscheint monatlich und gilt als Gegenpol zu den Bestsellerlisten, da die Texte unter dem Kriterium der Qualität ausgewählt werden.<sup>62</sup>

Alle diese Listen sind an das Publikum der Leser und Käufer gerichtet, für die Buchhändler wird eine andere Aufstellung erzeugt: Monatlich werden im Branchenmagazin *BuchMarkt* die kaum verzerrten Verkaufszahlen des Barsortiments

---

<sup>60</sup> Vgl. zur Erhebung vor 2001: David Oels: [Art.] *Bestseller*, in: Erhard Schütz (Hrsg.): *Das BuchMarktBuch. Der Literaturbetrieb in Grundbegriffen*, Reinbek bei Hamburg 2005, S. 47-53, hier S. 50.

<sup>61</sup> Oels: *Bestseller*, S. 50.

<sup>62</sup> Zur SWR Bestenliste vgl. o. V.: *Die Qualitätsliste*, in: Homepage von SWR, URL: <http://www.swr.de/bestenliste/ueberuns/-/id=4226262/1brh58f/index.html> (letzter Zugriff: 17.09.2012).

*Umbreit* veröffentlicht.<sup>63</sup> Undurchsichtig sind die Zahlen durch die Bestellung von „Partien“, woraus die eigentliche Verkaufszahl nicht hervorgeht.

Die mangelhafte Erfassung der verkauften Bücher und die damit einhergehende Rangfolge der Bestseller müsste theoretisch und technisch besser zu lösen sein: Alle Bücher werden beim Bezahlen eingescannt, die Verkaufszahlen laufen in einem zentralen Rechner zusammen, daraus ergeben sich die Platzierungen der Bestsellerliste. Allerdings entstünden hierbei Kosten, die durch die 'korrekte' Liste nicht gedeckt werden könnten. Rein statistisch gesehen kann folglich davon ausgegangen werden, dass die Bestsellerlisten schlichtweg falsch sind und ihre Angaben bloße Schätzungen sind, die keinesfalls objektive absolute Zahlenwerte wiedergeben. Offen bleibt auch die Frage, ob die Auswahl der Buchhandlungen von *Buchreport* wirklich repräsentativ genug ist: Wurden die unterschiedlichen Größen berücksichtigt, die verschiedenen Regionen (Ost/West, Stadt/Land)? Und wie sieht es mit der Erfassung der Online-Buchhandlungen aus? Genauere Daten gibt *Buchreport* nicht preis.

Diese Erhebungsmethoden zeigen, dass die tatsächlichen Verkaufszahlen nicht zwangsweise mit den Listenplatzierungen übereinstimmen. Es kann sogar behauptet werden, dass die Verkaufszahlen nicht die Bestsellerlisten machen, sondern das Gegenteil der Fall ist: Erst durch die Platzierung auf der Liste erfährt der Text eine gesteigerte Nachfrage; kurz: Die Liste macht die Zahlen. Somit dienen die Bestsellerlisten nicht nur dem Leser, sondern auch den Verlagen, die daran verschiedene Trends ablesen können und gleichzeitig ihren eigenen Standpunkt umreißen können. Damit wäre die Bestsellerliste zugleich aber auch als verkaufsförderndes Instrument einzuordnen und nicht als Spiegel, als Wirkungsindikator anderer Maßnahmen. Denn trotz dieser inkompletten Erhebungsmethode, wird dem Phänomen Bestseller das Argument der Objektivität zugesprochen:<sup>64</sup> Die Verkaufszahlen sind objektive Zahlen, die scheinbar nichts mit dem (subjektiv bewerteten) Inhalt zu tun haben.

Auch wenn sich das Vorurteil hält, dass Bestseller lediglich rein zufällig entstehen, so soll diesem durch die Arbeit entgegengearbeitet werden: „[T]here are no formulas for success“,<sup>65</sup> konstatieren einige, doch ein genauerer Blick auf die Verlagsarbeit verrät

---

<sup>63</sup> Vgl. Ernst Fischer: *Marktinformation und Lektüreimpuls. Zur Funktion von Bücher-Charts im Literatursystem*, in: Heinz Ludwig Arnold, Matthias Beilein (Hrsg.): *Literaturbetrieb in Deutschland*, Neufassung, München<sup>3</sup>2009, S. 200-218, hier S. 202.

<sup>64</sup> Vgl. Faulstich, Strobel: *Bestseller als Marktphänomen*, S. 20.

<sup>65</sup> Vgl. Alberto N. Greco, Clara E. Rodriguez, Robert M. Wharton: *Changes in the Book-Publishing Industry 1945-2005*, in: dies. (Hrsg.): *The Culture and Commerce of Publishing in the 21<sup>st</sup> Century*, Stanford 2007, S. 3-35, hier S. 30.



anderes. Allein das Argument, dass in manche Bücher von Verlagsseite mehr (finanzielle) Mittel investiert werden, weist auf ein bestimmtes Ziel: mehr Profit aus dem Buch zu schlagen als monetär eingebracht wurde. Daraus folgt die Bestrebung des Verlags, manche Texte zu Erfolgsprodukten (sogenannten „cash cows“) zu lancieren. Auch wenn das Ergebnis nicht immer den Zielvorgaben des Unternehmens entspricht, so ist dennoch die Absicht erkennbar, die weit entfernt von literarischen Ansprüchen oder einem kulturellen Auftrag siedelt. Gleichfalls stützt der Aspekt, dass sich nur einige wenige Großverlage die vorderen Ränge der Bestsellerlisten teilen, die These, Verlage treiben eine bestimmte erfolgsversprechende Strategie voran, andernfalls fiel die Verteilung deutlich homogener aus.

Der Bestseller ist ein Produkt des Verlags: Autor und Lektor arbeiten eng am Text zusammen, die Marketingabteilung steckt viel Energie und Mühe in eine gute Werbekampagne. Einer der wichtigsten Akteure auf dem zeitgenössischen Buchmarkt ist – wie oben bereits erwähnt – der Literaturagent: „Inzwischen ist davon die Rede, daß 85% aller Literaturerfolge durch Agenten zustande kommen.“<sup>66</sup> Den Unternehmen reicht es nicht aus, dass ein Buch seine eigenen Kosten trägt, gefordert wird stets, dass ein Titel mehrere andere (schlecht verkäufliche) mitfinanziert. Diese Stufe wird allerdings erst erreicht, wenn der Bestseller eine bestimmte Auflagen- beziehungsweise Absatzhöhe erlangt. Im Jahresdurchschnitt tragen Bestseller zum Umsatz eines Unternehmens jedoch nur durchschnittlich 2,3 % bei (im Weihnachtsgeschäft fast das Dreifache mit 6,5 %). Dazu kommt, dass nur fünf Prozent aller deutschen Verlage die Mittel dazu haben, einen Bestseller zu schaffen. Alle anderen sind zu klein oder deren finanzielle Mittel reichen weder für große Auflagen noch für einen besonderen Werbeaufwand. Nur wenigen Verlagen gelingt es, einen Bestseller wirklich zu kreieren. Insgesamt teilen sich etwa zehn Prozent aller Verlage die gesamten Bestsellerlisten.<sup>67</sup> Kleinere Verlage haben in der Regel nicht die Möglichkeit – sprich: die finanziellen Mittel – um einen entsprechenden Marketingaufwand zu betreiben. Durch einen Bestseller wird dem Unternehmen viel Geld in die Kassen gespült, das ihnen einerseits zur Kostendeckung dient, andererseits werden daraus Finanzmittel für die nächsten Kampagnen zu einem neuen Titel bereitgestellt. Daraus entsteht eine Zirkulation aus Ausgaben und Gewinnen eines Bestsellers, der neue Bestseller rechnerisch erst möglich macht. Kleinere Verlage haben also oft gar keine Chance, in diesen Kreislauf einzudringen.

---

<sup>66</sup> Ernst Fischer: *Einleitung*, in: ders. (Hrsg.): *Literarische Agenturen – die heimlichen Herrscher im Literaturbetrieb?* (Mainzer Studien zur Buchwissenschaft 11), Wiesbaden 2001, S. 7-15, hier S. 8.

<sup>67</sup> Vgl. Ziermann: *Bestseller auf dem deutschen Buchmarkt*, S. 15.

Verlage müssen sich absichern und viel Arbeit sowie finanzielle Mittel in das Buch stecken, denn eine Garantie, dass ein Text wirklich ein Erfolg wird, gibt es nicht. Deshalb sind sie auch gezwungen, jede Chance zu nutzen, die als lukrativ und für den Umsatz förderlich erscheint. Der Vorabdruck in Zeitungen oder Zeitschriften ist ein solches Beispiel. Dies fungiert einerseits als Werbung, der Vorabdruck will dem Leser durch seinen ersten Leseindruck zum Kauf animieren, andererseits zahlen die Zeitungen für die Möglichkeit des Vorabdrucks, was dem Verlag wiederum als Vor- oder Weiterfinanzierung für das Buch dient. Das Werbebudget eines Verlags ist nur zu geringen Teilen zur direkten Kommunikation mit dem Endverbraucher vorgesehen; vielmehr richtet es sich an die erste Stufe der Nachfrage und die dazugehörigen Distribuenten. Primär gilt es also, die Medien auf einen bestimmten Titel aufmerksam zu machen, diese aktivieren mit Hilfe der Reaktionen von Händlern wiederum den eigentlichen Endkunden, also den Leser.

Ein weiterer Aspekt des Bestsellers ist nicht nur seine hohe Verkaufszahl, sondern auch „to have been subjected to negotiation and commercial interference at the 'idea' stage of its existence.“<sup>68</sup> Dies spricht dafür, dass es sich bei einem Bestseller um ein Konstrukt, ein vom Verlag entworfenes Projekt handelt, das nichts anderem als einer Umsatzgenerierung dienen soll. Literarische Aspekte spielen dabei kaum eine Rolle. Welche Bücher letztendlich erscheinen, hängt auch vom Verlagsprogramm und den inhaltlichen oder ästhetischen Ansprüchen der Unternehmen ab: „In erster Linie vertreten Verlagsleute den Geschmack ihrer Verlage, die wiederum den Anspruch haben, den Geschmack einer bestimmten Leserschaft zu vertreten bzw. Produkte für deren Bedürfnisse herzustellen,“<sup>69</sup> formuliert es Renate Grau. Dies entspricht prinzipiell einer abgeleiteten Nachfrage im B2B-Marketing. Auch inhaltlich und stilistisch wird auf Elemente gesetzt, die den Massengeschmack treffen. So benutzen viele Autoren „einen Stil, der sich an Jargons bereits existierender Labels aus den Bereichen Pop, Mode, Kino anlehnt.“<sup>70</sup> Eine Homogenisierung der Medien kommt somit zustande.

Einem verbreiteten Ansatzpunkt zur Explikation und zum Erfolg eines Bestsellers soll hier widersprochen werden: So ist nicht die Wahrscheinlichkeit größer, dass ein Bestseller im Feuilleton besprochen wird, sondern erst seine Besprechungen und seine

---

<sup>68</sup> John Sutherland: *Bestsellers. Popular Fiction of the 1970s*, London, Boston, Henley 1981, S. 31.

<sup>69</sup> Grau, Renate: *Ästhetik-Ingenieure. Internationale Belletristik auf dem deutschsprachigen Buchmarkt*, in: Evi Zemanek, Susanne Krones (Hrsg.): *Literatur der Jahrtausendwende. Themen, Schreibverfahren und Buchmarkt um 2000*, Bielefeld 2008, S. 401-412, hier S. 409.

<sup>70</sup> Norbert Niemann: *Strategien der Aufmerksamkeit. Eine Umkreisung*, in: Hannes Luxbacher, Andreas R. Peternell, Werner Schandor (Hrsg.): *Big Business Literatur,-- Reflexionen über den Marktwert der Literatur*, Wien 2002, S. 19-32, hier S. 26.

Medienpräsenz machen ihn zum Bestseller. Der gegenläufige Fall existiert zwar auch, ist aber wesentlich seltener, denn hier muss erst eine Verkaufswelle einsetzen, bevor die Kritiker das Buch wahrnehmen, die Verbreitung muss erst durch Mundpropaganda stattfinden, dann ziehen die Medien nach. Als Beispiel für eine solche Ausnahme ist etwa Robert Schneiders Roman *Schlafes Bruder* anzuführen. Von 23 Verlagen wurde das Manuskript abgelehnt, doch dem *Reclam* Verlag gelang damit 1992 ein einmaliger Erfolg. Bis heute setzt der Verlag monatlich noch mehrere Exemplare des Romans ab und zehrt noch immer von dessen Erfolg. Der Ruf, ein Buch sei ein Bestseller, eilt dem eigentlichen Prädikat häufig voraus: Erfolgsversprechende Prognosen animieren Buchhändler zu größeren Bestellungen und Käufer zu einer erhöhten Nachfrage. Häufig stellt sich der tatsächliche Erfolg daraufhin bald ein, die Prophezeiungen erfüllen sich. Das Image, das dabei produziert wird, ist ein vorläufiges, das sich dann aber festigt, nach kurzer Zeit allerdings durch ein anderes, neues ersetzt wird.

Von elementarer Bedeutung für den Erfolg ist also eine sich ausbreitende Diskussion, das heißt, sowohl über verschiedene Medientypen hinweg als auch in unterschiedlichen Lesergruppen. Tritt diese Debatte nicht ein, etwa weil der Text von den Medien gar nicht wahrgenommen wird oder die Thematik keinen Anlass zur Auseinandersetzung gibt, kann der Einzugskreis der Nachfrager nicht über die eigentliche Zielgruppe (etwa Liebhaber oder Kenner des Autors oder bestimmter Textsorten) hinaus expandiert werden. Die Thematik darf allerdings auch kein zu enges, zu spezielles Themengebiet betreffen, bei dem die Diskussion über einige wenige Artikel in Fachzeitschriften nicht hinauskommt. Ziel ist hier die Auseinandersetzung in diversen Medien, die die unterschiedlichsten Lesergruppen haben, anzuregen. Der Verlag reagiert dabei in zwei Etappen: Er muss erstens für eine Verbreitung des Buches vorab sorgen (Versenden von Rezensionsexemplaren, Verbindung zu Kulturmagazinen suchen) und zweitens, wenn die Welle des Erfolgs einsetzt, also eine ständige Medienpräsenz und Diskussion beginnt, verstärkte Werbemaßnahmen starten (etwa durch Schalten von Anzeigen).

Wichtig ist desgleichen, dass das Konstrukt des Bestsellers sich primär nicht allein auf inhaltliche Elemente aufbaut, sondern auch mittels der Paratexte untermauert wird.<sup>71</sup>

Horst Mehlers aufgedecktes 'Erfolgsgeheimnis' mancher Bücher steckt deshalb auch

---

<sup>71</sup> Das Phänomen der Paratexte wird ausführlich erläutert und untersucht in: Gérard Genette: *Paratexte. Das Buch vom Beiwerk des Buches*. Mit einem Vorwort von Harald Weinrich. Aus dem Französischen von Dieter Hornig, Frankfurt am Main, New York 1989. Unter den Begriff Paratext fallen nicht nur direkt an das haptische Objekt Buch geknüpfte Aspekte, wie etwa der Klappentext oder eine Widmung, sondern auch sogenannte Epitexte, also Interviews oder Artikel über das Buch.

nicht, wie er behauptet, allein in einem gelungenen Spannungsaufbau,<sup>72</sup> sondern in Elementen mit größerer Reichweite. Das Feuilleton wird nicht darüber diskutieren, ob ein Spannungsbogen gelungen ist oder nicht, hier sind andere Faktoren interessant, die sich entweder auf die Person des Autors beziehen oder auf inhaltliche Skandale, die (sogenannte) Tabus brechen, wie etwa Martin Walsers *Tod eines Kritikers* oder Günter Grass' *Im Krebsgang*.

Zu einem guten Marketing gehört auch eine angemessene Gestaltung des Covers. Der Versuch, den Leser zum Kauf mittels eines ansprechenden Umschlags zu animieren, ist ein schweres Unterfangen. Nicht nur, weil damit individuelle Präferenzen und Leselust geweckt werden sollen, sondern aufgrund einer zunehmenden Homogenisierung: Sowohl in ihren Inhalten, als auch in ihrem Erscheinen werden die Bücher sich immer ähnlicher. Die Umschlagsgestaltung spielt vor allem bei Büchern mit einer Auflagenhöhe zwischen drei- und zehntausend Exemplaren eine entscheidende Rolle.<sup>73</sup> Bei größeren Auflagen gehen die Verleger sowieso davon aus, dass sich das Buch – auch ohne ein außergewöhnliches Cover – gut verkauft, sprich der Bestsellerstatus ist bereits eingeplant. Ebenso ist bei kleinen Auflagen die äußere Gestaltung eher zu vernachlässigen, da diese Bücher überwiegend von Kennern und Bücherliebhabern gekauft werden. Bei der Covergestaltung entsteht auch eine Nische für das 'schöne Buch' (die bereits von einigen Verlagen wie etwa *Manesse* besetzt ist), in der für Bibliophile Bücher mit einer außergewöhnlichen Aufmachung publiziert werden. Allgemein ist das Cover jedoch keinesfalls zu unterschätzen. Der pinkfarbene Umschlag mit dem reliefartig hervorgehobenen Pflaster des Bestsellers *Feuchtgebiete* war auf Grund seiner Gestaltung bestimmt ein Faktor für den starken Absatz. Das Nachahmerprodukt *Fleckenteufel* aus dem Rowohlt Verlag machte sich die Bekanntheit dieses Bestseller-Umschlags zu Nutze, indem dieselbe Schrifttype verwendet, aber statt des Pflasters ein Waschlappen abgebildet und das Pink in Türkis umgewandelt wurde. Übrigens wurden auch inhaltlich lediglich die Spiegelbilder von *Feuchtgebiete* verarbeitet: Statt eines Mädchens ist ein Junge der Protagonist, statt positiven, lustvollen Körperbewusstseins, handelt es sich bei Struncks Roman um Ekel und Verwirrung, was den Körper des Romanhelden anbelangt. Ein bekanntes Cover schmückt auch das Buch *Die Entdeckung des Lichts* von Ralf Bönt.<sup>74</sup> Hier sind eindeutige Anlehnungen an Kehlmanns Bestseller *Die Vermessung der Welt* festzumachen, wobei auch eine

---

<sup>72</sup> Vgl. hierzu Ha. A. Mehler: *Wie schreibe ich einen Bestseller. Geheimnisse, Techniken und Erfolgsformeln von Bestseller-Autoren*, Idstein <sup>2</sup>1996.

<sup>73</sup> Vgl. dazu Felicitas von Lovenberg: *Auf dem Umschlagplatz*, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 22. August 2009.

<sup>74</sup> Ralf Bönt: *Die Entdeckung des Lichts*, Köln 2009.

Ähnlichkeit sowohl bei den Titeln als auch inhaltlich auszuweisen ist. Einige Verlage versuchen sodann, das Cover als unverkennbares Markenzeichen für den Autor auszuarbeiten. Günter Grass' Bücher sind stets mit seinen eigenen Zeichnungen auf dem Umschlag versehen. Manche Schriftsteller fordern auch eine weltweite Wiedererkennung ihrer Bücher (etwa Philip Roth), sodass den Verlagen bei der äußeren Gestaltung keine allzu großen Spielräume gelassen werden.

In die Multiplikatoren (Medien und Leader-Zielgruppen), die ein Buch durch Empfehlungen oder Mund-zu-Mund-Propaganda verbreiten, muss auch der Buchhandel integriert werden: Dieser soll mit Werbematerialien und bestimmten Sonderrabatten zur besonderen Platzierung des Romans angeregt werden. Das Netz der Vermarktungsbeziehungen ist dabei komplex und vielmaschig. Zahlreiche Fäden müssen gesponnen werden, damit der Erfolg eintrifft; fehlen einige Verbindungen, kann der gesamte Aufwand des Verlags für den erhofften Erfolg vergeblich sein.

Zu den inhaltlichen Aspekten eines Textes, der zum Bestseller werden soll, tritt ebenfalls die Verfilmbarkeit des Stoffes hinzu. Auch hier kann die Lizenzvergabe für mehr Geld im Verlag sorgen, gleichgültig, ob die Filmrechte bei ihm selbst, beim Autor oder einem Dritten liegen. Denn häufig steigt mit der Verfilmung auch die Nachfrage nach dem Text selbst. Beobachten lässt sich dies auch bei Verfilmungen von sogenannten Klassikern, wie etwa Thomas Manns *Buddenbrooks*, Jane Austens *Stolz und Vorurteil* oder Leo Tolstojs *Krieg und Frieden*.

Folgende Abbildung soll das oben beschriebene Beziehungsgeflecht anschaulich machen:

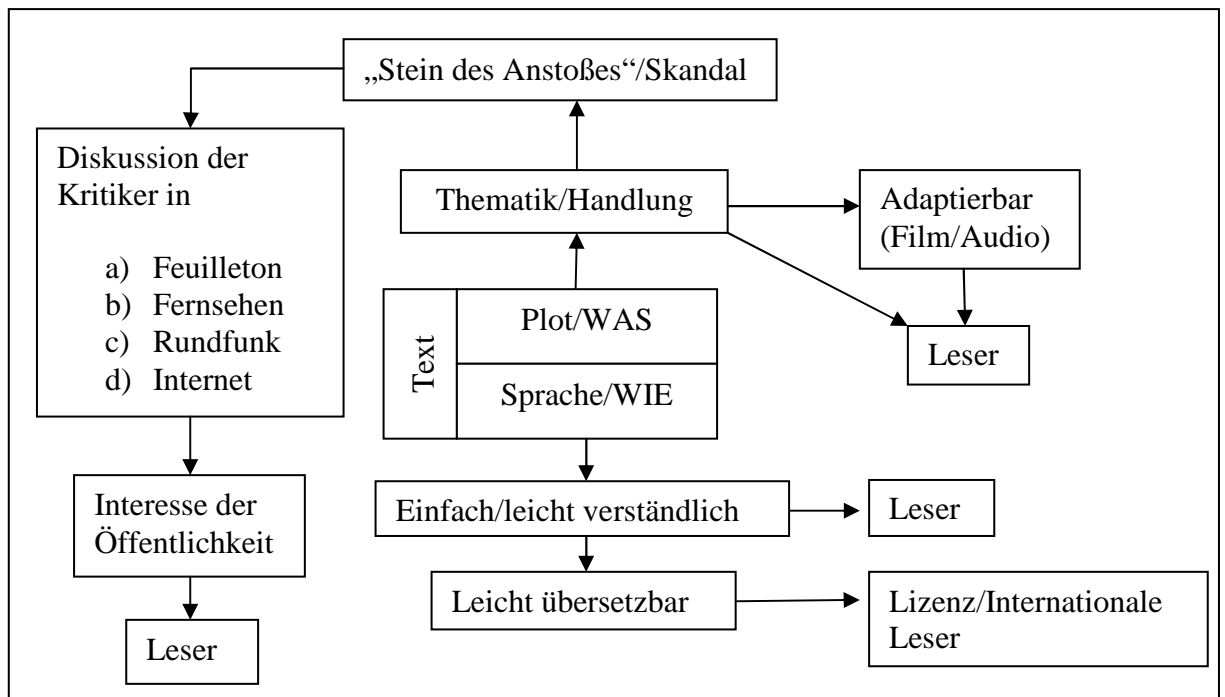


Abbildung 4: Beziehungsfaktoren zum Erfolg.

Im Gegensatz zu diesem Schema gestalten sich die Auswirkungen anders, ändert sich die Gewichtung von Inhalt und Sprache. Diese Vernetzung lässt vermuten, dass die Bestseller nicht zufällig entstehen, sondern ein Konstrukt sind. Eine Vermarktung der Bücher findet schon seit Jahrhunderten statt, ebenso lange existiert das Phänomen, dass Autoren für ein bestimmtes Publikum schreiben (erwähnt seien hier nur Shakespeare oder Beckett). Die massenhafte Verbreitung und die Aufstockung des Werbebudgets auf mehrere hunderttausende Euros ist allerdings eine neuere Erscheinung. Die Vermarktung von Hildegard Kneps Buch *Der geschenkte Gaul* (1970) gilt als Wendepunkt bezüglich der Marketingausgaben:<sup>75</sup> Rund 80 Probeseiten des Werkes wurden für 250.000 DM an den *Fritz Molden* Verlag versteigert. Den Zuschlag erhielt *Molden* nur, weil er weitere 250.000 DM als Werbebudget garantierte. Und tatsächlich verkauft sich das Buch sehr gut (300.000 Exemplare innerhalb kürzester Zeit).

Dass ein Bestseller kein Zufallsprodukt ist, sondern aus einem hochkomplexen Netz diverser Erfolgsfaktoren entsteht, soll diese Arbeit nachweisen. Diese einzelnen Elemente werden von Buch zu Buch unterschiedlich gewichtet und vernetzt. Allgemein kann angemerkt werden, dass ein Buch, das sich oft verkaufen soll, zahlreiche Käufer ansprechen muss. Daraus lässt sich schließen, dass das Buch so aufgebaut und präsentiert werden muss, damit dadurch eine große Zielgruppe erreicht wird. Ist das

<sup>75</sup> Zu diesem Fall vgl. Ziermann: *Der deutsche Buch- und Taschenbuchmarkt*, S. 111.

Thema, der Inhalt oder der Stil zu spezifisch, zu kompliziert, verfehlt das Buch seine Wirkung – in diesem Fall, zu einem Bestseller zu werden. Folglich muss der Text so geschrieben sein, dass viele Personen ihn ansprechend, interessant, womöglich sogar informativ finden. Denn gelesen wird hauptsächlich aus zwei Gründen, nämlich um sich zu informieren und um unterhalten zu werden.<sup>76</sup> Ausgehend vom Buch selbst, muss der inhaltliche Teil stärker ins Gewicht fallen als der sprachliche, Handlungen und Thematiken sind bedeutender beim Generieren weitreichender Multiplikatoren und Zielgruppen, sprachliche Aspekte dürfen nicht zu stark vom 'Gewöhnlichen' abweichen. Eingänglich und leicht verständlich animieren sie den Leser zur Rezeption oder ausländische Verlage zum Wagnis einer Übersetzung. Durch diesen Lizenzverkauf werden zwei Multiplikatoreneffekte erzielt: Erstens zieht die Vergabe der Übersetzungsrechte häufig weitere anderssprachige Interessenten auf den Plan, was dem Verlag wiederum Geld einbringt, und zweitens werden damit im internationalen Raum Leser generiert. Wichtiger als der sprachliche Aspekt ist der Inhalt, der bestimmte Nachfragergruppen mobilisiert. Handlungsreiche Aktionen gepaart mit einer Thematik, die als 'Stein des Anstoßes' eine Debatte loslöst, kann einen Roman zum Bestseller machen. Dabei muss die Thematik nicht unbedingt einen Skandal entfachen, sondern kann auch als Tabu, das nun endlich gebrochen werden darf, angesehen werden. So geschah es etwa bei Günter Grass' Novelle *Im Krebsgang*, die den Untergang der Wilhelm Gustloff im Zweiten Weltkrieg aus der Perspektive der „deutschen Opfer“ thematisierte. Ein langes Verdikt des Schweigens wurde scheinbar durch das Buch gelöst, was daraufhin nicht nur im Feuilleton, sondern auch in anderen Medien diskutiert wurde und ebenfalls internationalen Anstoß provozierte.

Ziermann identifiziert einige Merkmale, die er als wesentlich für den Erfolg von Büchern ansieht. An erster Stelle solle das Buch „Einfallsreichtum und eine ansprechende literarische Qualität mit Trends ins Massenliterarische aufweisen“. Desweiteren betont er, dass die Texte „einen hohen Nachrichten- und Informationswert besitzen“ müssen, dabei aber zugleich „populäre Themen behandeln“ sollen. Ziermann stellt auch fest, dass ein erfolgreiches Buch „zum rechten Zeitpunkt erscheinen“ muss. Daneben erkennt er, dass die Massenmedien bei der Verbreitung eine eminente Rolle einnehmen. Auch die Prominenz des Autors ist Ziermann zufolge ein entscheidender Punkt für den Erfolg eines Buches. Als letzten Aspekt führt er an, dass sich der Text

---

<sup>76</sup> In Umfragen der Bertelsmann Stiftung 1996 und 1999 stellte sich heraus, dass die Tendenz, ein Buch aus Informationsgründen zu lesen, steigt. Vgl. Claudia Langen: *Der Griff zum Buch – warum wird gelesen?* In: dies., Ulrike Bentlage (Hrsg.): *Das Lesebarometer – Lesen und Mediennutzung in Deutschland. Eine Bestandsaufnahme zum Leseverhalten 1999*, Gütersloh 2000, S. 19-25, hier S. 23.

„unter konzentriertem Einsatz der verschiedenen Werbe- und Vertriebsmethoden „vermarkten“ lassen“ muss, um erfolgreich zu sein.<sup>77</sup> All diese Punkte sind wichtig für den Erfolg der Bücher; nicht erwähnt wird allerdings, weshalb eben diese Punkte den Absatz ankurbeln, und vergessen wird oft auch die Wichtigkeit, von Kritikern wahrgenommen zu werden. Damit ein Buch Erfolg hat, muss es, wie bereits erläutert, den Geschmack vieler Leser treffen. „Der Bestseller-Autor muß sich der spezifischen Eigenarten literarischer Wahrnehmung im Produktionsprozeß ständig bewusst sein, um so ein Produkt im Hinblick auf die Selektionsinstanzen der Konsumenten gestalten zu können.“<sup>78</sup> Ein Instrument dafür ist inhaltlicher Art, nämlich die Charakterisierung des Protagonisten. Der Leser muss sich mit dem Helden des Romans identifizieren können, deshalb muss er ihm moralisch gleich oder leicht höher gestellt sein.<sup>79</sup> Bei der Charakterisierung darf sich der Autor allerdings nicht zu sehr einschränken in dem Sinne, dass er seinen Helden nach nur einer spezifischen Zielgruppe ausrichtet, denn dadurch schränkt er selbst die Anzahl möglicher Nachfrager ein. Michael Minden geht davon aus, dass ein Buch erst in der eigentlichen Zielgruppe erfolgreich sein muss, dann aber in anderen Gruppen ebenfalls nachgefragt wird.<sup>80</sup> Dieses Phänomen scheint plausibel, doch werden andere Gruppen nicht zufällig angesprochen, sondern aufgrund bestimmter Aspekte aktiviert. Diese sind wiederum vom Verlag beeinflussbar. Fraglich ist, ob dieser Prozess nur progressiv vonstattengeht oder nicht auch simultan ausgelöst werden kann. In letzterem Fall würde der Verlag etwa durch Betonung unterschiedlichster Gesichtspunkte des Textes verschiedene Zielgruppen auf sich aufmerksam machen.

Der Bestseller richtet sich dabei in vielen Fällen an der Massenkultur aus. Das, was die Massen anspricht, wird in ihm aufbereitet und entsprechend vermarktet. Dabei kommt es immer mehr zu einer Standardisierung, die sich einerseits in den Waren und ihrer immer größer werdenden Ähnlichkeit ausdrückt, andererseits werden somit gleichzeitig

---

<sup>77</sup> Ziermann: *Der deutsche Buch- und Taschenbuchmarkt*, S. 110. Das adäquate Mittel zur Schaffung eines Bestsellers besteht laut Bourdieu in der Veröffentlichung der Auflagenhöhe. Alleine die Anzahl der verkauften Bücher machen den Text erfolgreich(er). Vgl. Pierre Bourdieu: *Die Regeln der Kunst. Genese und Struktur des literarischen Feldes*, übersetzt von Bernd Schwibs und Achim Russer, Frankfurt am Main 1999, hier S. 238.

<sup>78</sup> Hinrik Schünemann: *Mythos und Profit. Zur Vermittlung sozialer Interaktionsmodelle über fiktionalen Informationsdienstleistungen am Beispiel des amerikanischen Bestsellerromans*, Würzburg 2000, hier S. 43.

<sup>79</sup> Schünemann fordert eine identifikationsfähige „Figur, die sowohl Gemeinsamkeiten mit dem realen als auch mit dem idealen Selbstbild einer möglichst großen Anzahl von Lesern aufweist.“ Schünemann: *Mythos und Profit*, S. 83.

<sup>80</sup> Minden: *Bestseller Lists*, S. 169.



die Bedürfnisse der Kunden vereinheitlicht.<sup>81</sup> Was ein Buch haben muss, um ein Bestseller zu werden, bezeichnet Joseph Jurt exemplarisch für den Roman *Der Name der Rose* von Umberto Eco als „go-between“<sup>82</sup>. Es muss auf zwei Stufen funktionieren:

auf der Ebene des 'wissenschaftlichen Ernstes' durch die Veröffentlichung akademischer Werke und derjenigen der 'Kunst', was ihnen erlaubt, aus der 'small world' der Universität auszubrechen, um sich selbst den beneidenswerten Status von 'schöpferischen' Genies zu geben.<sup>83</sup>

Jurt ist insofern zuzustimmen, als das Buch als Bestseller eine Art Grenzgänger ist, das sich allerdings nicht zwangsweise auf den Ebenen des „wissenschaftlichen Ernstes“ und der „Kunst“ bewegen muss. Als Bestseller muss der Text es schaffen, sowohl auf der Ebene der Kritiker als auch auf der Ebene zahlreicher Leser große Resonanz hervorzurufen. Die Begeisterung (oder zumindest Aufmerksamkeit), die dem Werk zukommt, machen den Erfolg (sprich die Absatzzahlen) aus. Die Tatsache, dass einige Bestseller es auch in die Universität, ihr Diskussions- und Lehrfeld schaffen, ist unbestreitbar. Allerdings beschränkt sich die Auswahl dann häufig auf einzelne Seminare. Der skeptische Blick der Wissenschaftler bleibt meistens weiterhin bestehen. Bestseller lassen sich weder in eine Elite- noch in die Trivalliteratur einordnen; sie besitzen Elemente beider Gattungen, was eben ihren Erfolg ausmacht. So werden sie von der Kritik für ihre Bestandteile aus der Hochliteratur gelobt, von der Masse werden sie wegen ihrer guten Verständlichkeit oder eingängigen Geschichte gelesen. Das bedeutet, dass der Erfolgsroman verschiedene Rezeptionsebenen besitzen muss, der Text muss auch funktionieren, wenn ein Leser etwa nicht alle Anspielungen, intertextuelle Verweise etc. versteht und durchschaut. Dahingegen kann der Experte, in diesem Fall der Literaturkritiker oder auch -wissenschaftler, eine Tiefenstruktur des Textes entdecken, Interpretationsansätze andeuten und Elemente einer 'Höhenkammliteratur' nachweisen. Damit kann er das Buch in die Kategorie des literarisch 'Guten' einordnen und es weiterempfehlen.

In Hinblick auf eine hohe literarische Qualität positioniert sich der Bestseller im Spannungsfeld der beiden Pole Quantität und Qualität: Die Absatzhöhe steht zwar nicht

---

<sup>81</sup> Vgl. Roger Behrens: *Kulturindustrie* (Bibliothek didaktischer Grundbegriffe, Bd. 15), Bielefeld 2004, S. 34.

<sup>82</sup> Joseph Jurt: *Das Konzept des literarischen Feldes und die Internationalisierung der Literatur*, in: Horst Turk, Brigitte Schultze, Roberto Simanowski (Hrsg.): *Kulturelle Grenzziehungen im Spiegel der Literaturen: Nationalismus, Regionalismus, Fundamentalismus* (Veröffentlichungen aus dem Sonderforschungsbereich 529 „Internationalität Nationaler Literaturen“, Bd. 1), Göttingen 1998, S. 84-103, hier S. 103.

<sup>83</sup> Jurt: *Das Konzept des literarischen Feldes*, S. 103.

unbedingt in Korrelation zur literarischen Qualität, denn Bestseller bedeutet nicht 'selling the best'. Dennoch darf nicht davon ausgegangen werden, dass Bestseller jegliche Qualität fehlen würde. Generell können allerdings über die literarische Qualität in Bezug zur Platzierung auf einer Bestsellerliste keine Aussagen gemacht werden. Einige Forscher unterscheiden zwar zwischen Bestsellern und qualitativ hochwertigen Büchern,<sup>84</sup> das heißt, sie sprechen jedem Bestseller jeglichen Qualitätsanspruch ab. Diese Aussage kann jedoch nicht unterstützt werden: Es finden sich nicht ausschließlich Unterhaltungsliteratur und/oder Trivialliteratur auf den Listenplätzen. Andersherum ist derselbe Effekt zu beobachten: Hin und wieder (wenn zugegebenermaßen auch selten) schafft es ein anspruchsvolles Buch auf die oberen Ränge der Bestsellerlisten. Bei Umberto Eco findet sich gar der Begriff des „Qualitätsbestsellers“: „Es ist nie klar gewesen, ob unter Qualitätsbestseller ein auf Popularität angelegt Roman zu verstehen ist, der einige anspruchsvolle Strategien benutzt, oder ein anspruchsvoller Roman, der aus irgendwelchen mysteriösen Gründen populär geworden ist.“<sup>85</sup> Zu zeigen ist, dass Bestseller überwiegend aus dem ersten Verfahren entstehen, das zweite ist ein zufälliges.

### 1.3.3. Literarischer Erfolg

Tausende Bücher werden jährlich auf den Markt geworfen, darunter viele Sachbücher, Ratgeber und Fachliteratur. Die eigentliche Literatur, was im Buchmarkt unter dem Begriff Belletristik zusammengefasst wird, macht etwa vierzig Prozent aller Neuerscheinungen aus.<sup>86</sup> Buchmarkt und Leser sind voneinander abhängig: Der Verlag produziert Texte, die dem Leser gefallen sollen, sonst verweigert er die Abnahme des Buchs. Das bedeutet, der Verlag muss sich an dem Geschmack des Kunden orientieren, um seine Bedürfnisse optimal befriedigen zu können. Andernfalls schafft das Unternehmen es kaum, einen Bestseller auf den Markt zu bringen. Dabei ist der Verlag gezwungen, zwischen zwei Polen seine Position zu finden, wie es Franziska Schläpfer beschreibt: „Der Zwiespalt zwischen humanistischen Zielen (Erziehung des Menschengeschlechts) und ökonomischen Interessen (Leser-Marketing) war und ist der

---

<sup>84</sup> So etwa Sutherland: *Bestsellers*, S. 31.

<sup>85</sup> Umberto Eco: *Die Bücher und das Paradies. Über Literatur*, München, Wien 2003, S. 215.

<sup>86</sup> Vgl. Petra Kammann: *Grenzgänger zwischen den Sprachräumen*, in: Fritz Nies, Bernd Kortländer (Hrsg.): *Literaturimport und Literaturkritik: das Beispiel Frankreich* (TRANSFER, Düsseldorf Materialien zur Literaturübersetzung 9), Tübingen 1996, S. 9-19, hier S. 15.

Branche immanent, er wandelt sich nur im Laufe der Gesellschafts- und Wirtschaftsgeschichte.“<sup>87</sup>

Robert Escarpit entwickelte bereits in den 1950er Jahren die vier verschiedenen Stufen des Erfolgs:

Den Misserfolg, wenn der Umsatz des Buches mit einem Verlust für den Verleger und den Buchhändler abschließt; den Halberfolg, wenn das Buch gerade die Unkosten deckt; den Normalerfolg, wenn der Verkauf einigermaßen den Erwartungen des Verlegers entspricht; den Bestseller wenn der Verkauf alle vorhergesehenen Grenzen überschreitet und jeder Kontrolle entgleitet. Die Auslösung des Erfolges – und insbesondere der Erfolg ein Bestseller zu sein – bleibt ein unvorhersehbares und unerklärliches Phänomen.<sup>88</sup>

Hier wird der literarische Erfolg über den ökonomischen Wert, also die Verkaufszahlen ermittelt, nicht etwa über die Wirkung eines Buches. Escarpit betont außerdem, dass der Auslöser des Erfolgs nicht festgemacht werden kann, diese Aussage ist in dieser Form allerdings nicht mehr haltbar, wie in dieser Arbeit zu zeigen sein wird. Des Weiteren unterscheidet Escarpit zwischen den Lesergruppen der Kenner und der Konsumenten.<sup>89</sup>

Während erstere mit einem gewissen bildungsbürgerlichen oder intellektuellen Hintergrund Literatur rezipieren, benötigen letztere Bücher lediglich zum Konsum. Sie wollen sie ge- und verbrauchen – damit sind die Bücher Gebrauchsgegenstände, die wie andere Objekte käuflich sind und benutzt werden.

François Colbert definiert den Erfolg eines in der Kunst tätigen Unternehmens einerseits über den wirtschaftlichen Aspekt: „In der Kunst wird der Marktführer aufgrund des Produkts bestimmt, d.h. der Marktführer ist jener, dem es gelingt, die meiste Anerkennung und das meiste Publikum zu gewinnen.“<sup>90</sup> Andererseits integriert er auch einen weiteren Faktor, denn die Anerkennung lässt sich nicht nur über die Verkaufszahlen demonstrieren, sondern über eine anerkennende (lobende) Kritik. Dieses Ansehen bekommt ein Buch nicht unbedingt durch das Lob des Lesers, sondern durch das des Experten, das heißt, des Kritikers. Colberts Argumentation folgend gilt ein Text als erfolgreich, wenn er genügend Abnehmer („Publikum“) findet und bestätigende Kritik („Anerkennung“) aus den Medien.

---

<sup>87</sup> Franziska Schläpfer: *Zwischen Bücherstube, Buchshop und Bookmarket*, in: Rainer Diederichs, Ulrich Saxer, Werner Stocker (Hrsg.): *Buchbranche im Wandel. Zum 150-jährigen Bestehen des Schweizerischen Buchhändler- und Verleger-Verbandes*, Zürich 1999, S. 11-40, hier S. 11.

<sup>88</sup> Robert Escarpit: *Das Buch und der Leser. Entwurf einer Literatursoziologie*, Köln, Opladen 1961, S. 113.

<sup>89</sup> Escarpit: *Das Buch und der Leser*, S. 120-123.

<sup>90</sup> François Colbert: *Kultur- und Kunstmarketing. Ein Arbeitsbuch*. Unter Mitarbeit von Jacques Nantel, Suzanne Bilodeau, William D. Poole, Wien, New York 1999, S. 244.

Laut Gerhard Schulze beruht der Erfolg von Büchern auf drei Faktoren, die erst in der Kombination den gewünschten monetären Erfolg nach sich ziehen: „teils auf Zufall, teils auf handwerkliches Können, teils auf Intuition.“<sup>91</sup> Einen weiteren Faktor gilt es hinzuzufügen: das Marketing. Dieser Aspekt ist mittlerweile primärer Verursacher des Erfolgs, denn alle Maßnahmen des Verlags sind von der Marketingabteilung durchdacht und geplant. Angefangen beim Cover, über den Klappentext, Vorlagen für Pressetexte und Anzeigenaufbau, bis hin zur Gestaltung von Plakaten oder Werbebannern wird nichts dem Zufall überlassen. Auch das Aufspüren von Trends spielt hierbei eine entscheidende Rolle. Der Bestseller ist ein geplantes, wenn nicht sogar designtes Produkt.

Generell lässt sich literarischer Erfolg in zwei Formen aufspalten: Da besteht einerseits die Möglichkeit des monetären aber temporär begrenzten Erfolgs, wie es die Bestseller schaffen, andererseits gelingt es bei einigen Büchern den Namen eines Künstlers oder Textes über Jahrzehnte (oder gar Jahrhunderte) in einer Kultur präsent zu halten, wodurch ein andauernder Erfolg zustande kommt. Bücher, die in die letzte Kategorie fallen, werden dann meist kanonisiert. Ganz konsequent ist allerdings auch dieses Modell nicht: Ein temporärer Bestseller kann auch ein permanenter werden (genannt seien hier etwa die Texte Goethes, allen voran *Die Leiden des jungen Werther*).

Ein hoher Grad an Literarizität und Erfolg scheinen zwar zwei Gegenpole auf einer Skala zu sein, die sich wechselseitig ausschließen, da 'Erfolg' stets mit monetärem Gewinn in Verbindung gebracht wird, 'hohe Literatur' allerdings als Kunstgrad keinen Warencharakter besitzen sollte. Doch diese Aussage lässt sich widerlegen: In der Literatur (unabhängig vom Grad ihrer Literarizität) sind Erfolge genauso notwendig und gängig wie in anderen Branchen auch – das Geld wird benötigt, um das Unternehmen, den Verfasser des Bestsellers und die Autoren weniger erfolgreicher Bücher zu finanzieren.

Einen Zusammenhang zwischen Marketing und Erfolg auf dem Buchmarkt wurde lange verneint oder gar verleugnet,<sup>92</sup> mittlerweile verheimlichen die Verlage allerdings nicht mehr, dass sie wie andere Unternehmen auch, aktiv in das Käuferverhalten eingreifen oder entsprechend auf selbiges reagieren. Das Umdenken bei den Verlegern und eine

---

<sup>91</sup> Gerhard Schulze: *Dynamik der Buchkultur*, in: Hero Kind (Hrsg.): *Buchmarketing. Was sich in Gesellschaft und Handel ändert. Worauf sich Verlage einstellen müssen*, Düsseldorf u. a. 1994, S. 11-47, hier S. 30.

<sup>92</sup> Vgl. hierzu Anno Stockem: *Vermarktung von Büchern. Eine Analyse aus der Sicht von Verlagen* (Buchwissenschaftliche Beiträge aus dem Deutschen Bucharchiv München, Bd. 22), Wiesbaden 1988, S. 11.

verstärkte Bestsellerproduktion sind in etwa seit den 1970er Jahren wahrzunehmen.<sup>93</sup> Im Zuge einer aggressiveren Vermarktungsstrategie sind auch höhere Werbebudgets zu verzeichnen.

Die Wege, durch die Verlage versuchen, Bestseller zu schaffen, sind vielfältig. Einige Unternehmen versuchen Erfolg zu erzwingen, indem sie die Auflagenhöhe vergrößern und mehr Bücher produzieren als der Markt aufnehmen kann.<sup>94</sup> Diese Produktionsweise ist äußerst ineffizient und führt nicht unbedingt zum erwünschten Ziel. Das Gegenteil ist eher der Fall: Die Lager füllen sich mit unverkäuflichen Bücher, was zusätzlich zu den Herstellungskosten enorme Lagerkosten mit sich bringt, und schließlich ist diese Überproduktion als Verlust zu verbuchen, da die meisten Exemplare nur als Remittenden noch eventuelle Abnehmer (zu deutlich geringeren Preisen) finden können. Eine weitere Möglichkeit, um Bücher massenhaft abzusetzen, wird in der Lenkung des Publikumsgeschmacks gesehen. Dies erzielen Autor und Verlag nur, wenn sie einen Bestseller kreieren, damit der Autor in Rezensionen erwähnt und in Fernsehsendungen eingeladen wird, sprich: die Autorpersönlichkeit in allen Medien präsentiert wird. Eng damit verbunden ist der Markenaufbau von Seiten des Verlags. Literarischer Erfolg im ökonomischen Sinne entspricht somit der Popularität des Autors. Seine Auftritte wirken als Marketinginstrument, fördern den Verkauf seines Produktes (des Buchs) und bauen das Image des Verlags auf:

When a book itself becomes news, a promotional loop is set up whereby, for example, people may buy *The Information* out of simple curiosity about a book for which such a large advance was given. [...] The curiosity necessarily extends to the author of the book as a newsworthy personality; perhaps it is *only* the author that they are curious about [...].<sup>95</sup>

Vorbereitet auf die neuen (möglichen Erfolgs-)Bücher wird der Leser durch die Medien: Sie berichten im Vorfeld über Neuerscheinungen, interviewen deren Autoren und weisen auf die Persönlichkeit des Schriftstellers stärker hin als auf Inhalt und Gestaltung des Buches. Ebenfalls stimulieren Bilder des Autors die Nachfrage, vor allem dann, wenn der Schriftsteller besonders fotogen ist oder aber aus anderen Medien bereits bekannt ist. Die Medien können als Distribuenten des Bekanntheitswertes von Buch und Autor identifiziert werden.

---

<sup>93</sup> Vgl. Stockem: *Vermarktung von Büchern*, S. 11.

<sup>94</sup> Vgl. Dietrich Kerlen, Thomas Keiderling: *Die Ökonomie: von der Magd zur Herrin der Buchkultur*, in: Ludwig Delp (Hrsg.): *Das Buch in der Informationsgesellschaft. Ein buchwissenschaftliches Symposium* (Buchwissenschaftliche Forschungen 6/2005), Wiesbaden 2006, S. 59-76, hier S. 70.

<sup>95</sup> Paul Delany: *Literature, Money and the Market. From Trollope to Amis*, Hampshire, New York 2002, S. 183 (Hervorhebungen im Original).

Des Weiteren lässt sich hinter dem Erfolg literarischer Texte die Kulturindustrie vermuten. Adorno zufolge betreibt diese ein „Umkleiden des Immergleichen“<sup>96</sup> und fügt damit

Altgewohntes zu einer neuen Qualität zusammen. In all ihren Sparten werden Produkte mehr oder minder planvoll hergestellt, die auf den Konsum durch Massen zugeschnitten sind und in weitem Maß diesen Konsum von sich aus bestimmen. Die einzelnen Sparten gleichen der Struktur nacheinander oder passen wenigstens ineinander: Sie ordnen sich fast lückenlos zum System.<sup>97</sup>

Die Kulturindustrie produziert nach Adorno eine immergleiche Ware mit nur marginalen Abweichungen. Damit setzt sie allerdings Trends, denn die kreierten Produkte entsprechen dem Massengeschmack, deren inhaltliche Qualität gering ist verglichen mit der optischen sowie haptischen Gestaltung. Vor allem das Cover beeinflusst zahlreiche Kaufentscheidungen in der Buchhandlung: „Bücher haben heutzutage in wachsendem Maße neben Signal- auch Dekofunktion.“<sup>98</sup> Diese Eigenschaft macht das Medium dann zu einem sogenannten „Nullmedium“: „Nicht die transportierten Inhalte sind an ihm wichtig, sondern die Situation, die es uns bringt.“<sup>99</sup> Das führt dazu, dass auf dem Buchmarkt immer weniger Inhalt und Form der Texte im Vordergrund stehen, sondern vermehrt das Erlebnis. Da Lesen aber ein Prozess ist, der meist alleine durchgegangen wird, entwickelte sich ein neues Konzept: Statt alleine zu lesen, werden Lesungen organisiert, dabei entsteht ein Gemeinschaftsgefühl, das analog zu jenem im Kino von mehreren Personen gleichzeitig und meist ähnlich wahrgenommen wird. Literatur wird nicht mehr individuell rezipiert, sondern in Gruppen aufgenommen. Daraus erwachsen auch zahlreiche weitere Literaturveranstaltungen, die von Messen und Festivals bis zu Preisverleihungen, Wettbewerben, Vertonungen und Verfilmungen reichen. Der Leser soll mobilisiert werden, um ein gemeinsames Erleben und Wahrnehmen der Literatur zu erfahren. Der eigentliche Inhalt kann dabei weit hinter dem Erlebnis an sich zurückstehen.

Ein weiterer Aspekt des literarischen Erfolgs bezieht sich auf die Mehrfachverwertung des Buches: Die Erlöse aus dem Buchverkauf reichen dem Verlag nicht aus, er vergibt auch Lizenzen für Übersetzungen in andere Sprachen, für eine Aufbereitung des Textes

---

<sup>96</sup> Theodor W. Adorno: *Résumé über Kulturindustrie*, in: ders.: *Ohne Leitbild. Parva Aesthetica*, Frankfurt am Main 1970, S. 60-70, hier S. 62.

<sup>97</sup> Adorno: *Résumé über Kulturindustrie*, S. 60.

<sup>98</sup> Bert Rürup: *Sozioökonomische Aspekte der Distribution im Verlagsgeschäft*, in: Hans Altenhein (Hrsg.): *Probleme des Verlagsgeschäfts. Beiträge zur Entwicklung des Literaturmarktes*, Wiesbaden 1995, S. 21-32, hier S. 31.

<sup>99</sup> Heinz Steinert: *Kulturindustrie* (Einstiege 5, Grundbegriffe der Sozialphilosophie und Gesellschaftstheorie), Münster 1998, S. 114.

als Hörbuch oder Hörspiel oder für Filmrechte. Besonders letzteres hat eine starke Rückwirkung auf den Absatz des Buches: Nach Verfilmungen ist es nicht unüblich, dass es der Text abermals auf die Bestsellerliste schafft, das Buch wird dann sogar mit neuem Cover (wobei häufig das Motiv des Kinoplakats aufgegriffen wird) oder dem Zusatz 'das Buch zum Film' angepriesen. Um Bücher zu verfilmen, müssen diese entweder von vornherein auf eine bestimmte Art und Weise geschrieben sein, etwa eine Vielzahl an Dialogen und handlungsreichen Szenen besitzen, oder sie werden dem Medium Film angepasst. Letzteres bedeutet, dass lediglich der Stoff des Buches übernommen wird, meist werden verstärkt Änderungen und Angleichungen vorgenommen.<sup>100</sup>

Festzuhalten ist schließlich, dass Literatur nicht mehr nur auf dem Buchmarkt erfolgreich sein darf, die Bekanntheit und Adaption des Autors oder des Textes muss sich über mehrere Medien hinweg ausbreiten, erst dann kann von literarischem Erfolg gesprochen werden: „Internationale Top-Bestseller-Romane sind erstens auch supramediale Erfolgswerke und stehen zweitens produktions- und distributions-, also auch rezeptionsmäßig in engstem Kontakt mit der Literaturart Spielfilm.“<sup>101</sup>

#### 1.3.4. Zeitgeist – die Marketingstrategie des Timings

Marketing ist ein ökonomisches Instrument, durch dessen Anwendung der Nachfrager animiert werden soll, ein entsprechendes Produkt zu kaufen. Gearbeitet wird dabei mit den sogenannten 4Ps: Product, Price, Promotion und Place. Ersteres „beinhaltet alle Entscheidungstatbestände, die sich auf die marktgerechte Gestaltung aller vom Unternehmen im Absatzmarkt angebotenen Leistungen beziehen.“<sup>102</sup> Darunter fallen also Elemente der Produktgestaltung, Innovationen und Programmgestaltung. Im Buchmarkt ist neben der äußeren Aufmachung hauptsächlich der Inhalt von Büchern zu sehen.

Das Element der Bepreisung ist auf den Buchmarkt bezogen in Deutschland weniger wichtig, da hier Buchpreisbindung herrscht. Für den Rahmen, in dem ein Roman bepreist werden kann, existieren bestimmte (informelle) Regelungen. In der Belletristik

---

<sup>100</sup> Häufig werden Nebenfiguren ausgelassen, die Handlung wird gerafft, komplizierte Verstrickungen werden vereinfacht. Auch die aktuelle Verfilmung von Daniel Kehlmanns Roman *Ruhm* zeigt diese Eigenschaften.

<sup>101</sup> Faulstich, Strobel: *Bestseller als Marktphänomen*, S. 232f.

<sup>102</sup> Heribert Meffert: *Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele*, 9., überarbeitete und erweiterte Auflage, Wiesbaden 2000, S. 327 (Hervorhebung im Original).

erhalten die gebundenen Ausgaben meist einen Verkaufspreis zwischen 20 und 25 Euro, die Taschenbuchausgabe ist meist für die Hälfte (ca. 8 bis 12 Euro) erhältlich. Nachstehende Abbildung verdeutlicht die durchschnittliche Zusammensetzung des Buchpreises in Deutschland:

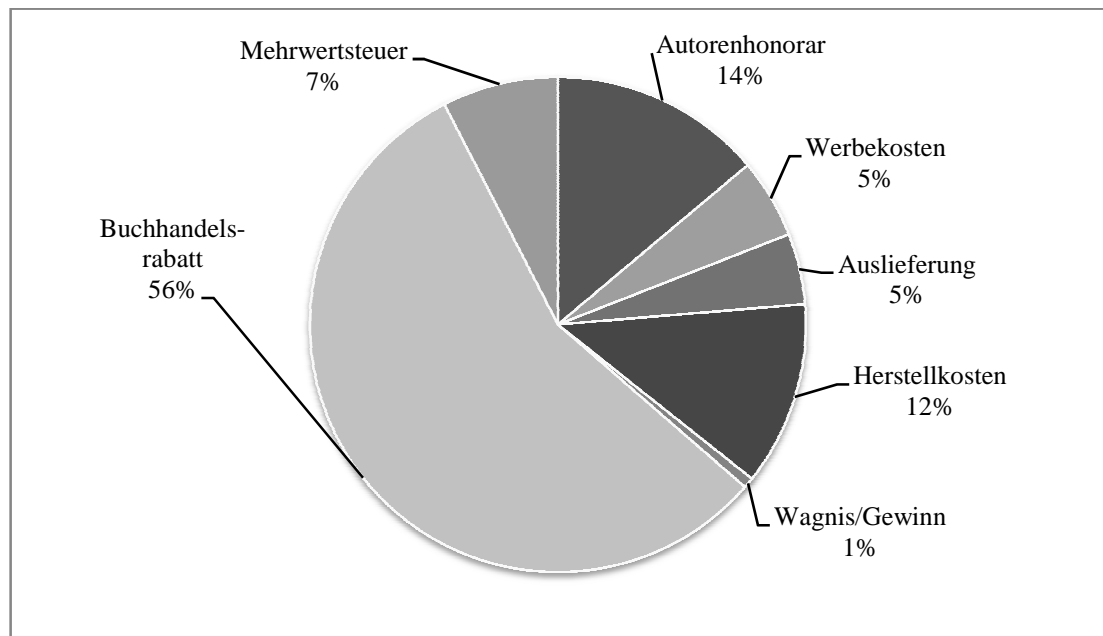


Abbildung 5: Elemente des Ladenpreises eines Romans. Angaben in Prozent.<sup>103</sup>

Die Buchpreisbindung erlaubt es dem Händler nicht, dem Kunden Rabatte zu gewähren oder einen höheren Preis für ein Buch zu verlangen. Dadurch wird für das gleiche Buch innerhalb Deutschlands immer der gleiche Preis bezahlt. Auch fallen im Buchmarkt einige Komponenten des Wettbewerbs weg, da ein spezifischer Text ja nur in einem Verlag erscheinen kann – zumindest, was Neuerscheinungen betrifft. Das heißt, will ein Kunde ein bestimmtes Buch erwerben, so wird dies nur von einem Unternehmen angeboten (eventuell auch zwei, wenn etwa die Taschenbuchausgabe in einem anderen Verlag erscheint als das Hardcover oder eine Neuauflage früherer Bücher nach einem Verlagswechsel im neuen Haus erscheint). Anders ist diese Regelung bei Werken, deren Autor bereits 70 Jahre tot ist, hier sind die Rechte zur Publikation nicht mehr an ein Verlagshaus gebunden (so ist etwa die allgemeine Geschäftspraxis des *Reclam* Verlags einzuordnen).

Da der Preis also nur eine untergeordnete Rolle im Marketing spielt, wird der Fokus auf andere Aspekte gelenkt: Unter Promotion lassen sich alle Elemente der Marketingkommunikation zusammenfassen. Hierunter fallen Werbemaßnahmen, wie

<sup>103</sup> In Anlehnung an von Lucius: *Verlagswirtschaft*, S. 131.



etwa Plakate, Anzeigen in Zeitschriften, das Schalten von Werbespots etc. Werbung im Bereich des Buches läuft bei Publikumsverlagen „über Anzeigenwerbung in Tages- und Wochenzeitungen, durch Zeitungsbeilagen und Prospektwerbung im Sortiments- und Warenhausbuchhandel“<sup>104</sup>. Hinzu kommen noch die Werbemöglichkeiten im Internet. Nicht erwähnt wird hier die Werbewirksamkeit von Rezensionen. Dabei, so die These, werden durch Kritiken weit mehr Leser zum Kauf motiviert als durch die oben aufgeführten Maßnahmen. Wichtig ist allerdings, dass sowohl der Händler als auch der Nachfrager mittels gezielter Maßnahmen angesprochen werden. Denn findet im Buchhandel keine Vermittlung an den Kunden statt, fallen enorme Absatzkreise weg. Da das Ziel des Buchhändlers ebenfalls Umsatz ist, wird er bemüht sein, diejenigen Bücher, über die in der Presse und den Medien aktuell debattiert und diskutiert wird, in seinem Sortiment zu haben.

Wo genau ein Produkt präsentiert wird und erhältlich ist, wird unter dem Aspekt „Place“ subsumiert. Auf dem Buchmarkt sind dies überwiegend Entscheidungen, wo genau sich das Buch im Handel befindet. Zum Beispiel gibt es in vielen Buchhandlungen Tische, auf denen zu einem bestimmten Thema Bücher präsentiert werden. Gut positioniert steht ein Buch auch in der Nähe des Bestsellerregals oder bei der Kasse etc.

Bereits die Erläuterung der 4Ps zeigt, dass sich der Buchmarkt nur schwer mit anderen Konsumgütermärkten vergleichen lässt. Das liegt einerseits daran, dass hier eine ständige Produktinnovation stattfindet, andererseits sind die Inhalte so differenziert, dass jedes einzelne Buch eine spezielle Vermarktungsstrategie benötigt. Hinrik Schünemann ordnet das Buch, genauer gesagt den Roman, als doppeltes Gut ein, das sowohl als Sachgut und auch als Dienstleistung fungiert.<sup>105</sup> Da das Buch physisch konkret existiert, ist es ein Sachgut, sein Inhalt jedoch ist immateriell und wird von den Lesern unterschiedlich beansprucht und aufgenommen, deshalb kann es hier als Dienstleistung bezeichnet werden. Allerdings bleibt das Buch ein Gebrauchsgut (und kein Verbrauchsgut), weil es mehrmals konsumiert (also gelesen) werden kann, ohne dabei aufgebraucht zu werden. Dieser Aspekt ist auch aus ökonomischer Perspektive besonders wichtig: Das Buch kann mehrmals von verschiedenen Lesern an unterschiedlichen Orten und zu unterschiedlichen Zeiten gelesen werden; das bedeutet, von einer einmaligen Kaufaktion profitieren oft mehrere Nachfrager, ohne dabei ein

---

<sup>104</sup> Thomas Breyer-Mayländer, Ulrich Ernst Huse, Michaela von Koenigsmarck, Roger Münch: *Wirtschaftsunternehmen Verlag. Buch-, Zeitschriften- und Zeitungsverlage: Distribution – Marketing – Rechtsgrundlagen – Redaktion/Lektorat*, Frankfurt am Main <sup>2</sup>2001, S. 259.

<sup>105</sup> Schünemann: *Mythos und Profit*, S. 32.

zusätzliches Entgelt zu entrichten. Eben dieses Prinzip ist in den zahlreichen Leihbibliotheken wieder zu finden. Das Buch als Ware unterscheidet sich von anderen Produkten auch dadurch, dass es einen geistigen Inhalt kommuniziert, der nicht nur wie bei anderen Kommunikationsmedien (etwa Theater, Fernsehen oder Rundfunk) als Dienstleistung vermittelt wird, sondern als haptische Ware.<sup>106</sup>

Für das Marketing für Bücher lassen sich prinzipiell zwei Modelle ausmachen, deren Ansatzpunkte den unterschiedlichen Ausgangspunkten der Verlage in ihrem Verständnis der Literatur als wirtschaftliches oder kulturelles Gut gleichkommt:

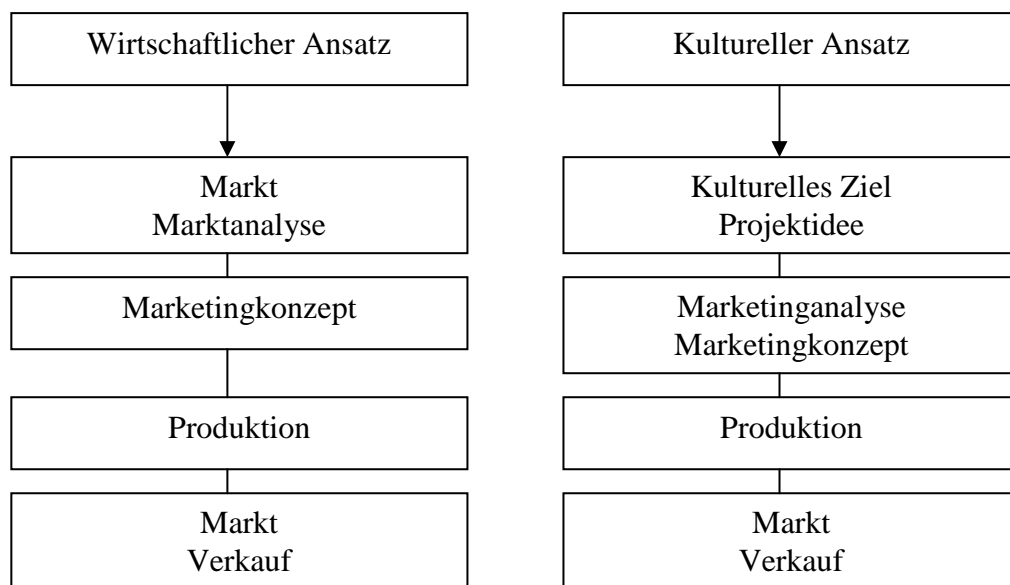


Abbildung 6: Marketingmodelle.<sup>107</sup>

Während der wirtschaftliche Ansatz vom Markt und somit vom Käufer ausgeht, fokussiert sich ein Unternehmen, das den kulturellen Ansatz wählt, auf ein kulturelles Ziel, also auf dem Buchmarkt etwa hochwertige Literatur zu publizieren oder in der Sparte des sogenannten 'schönen Buches' zu arbeiten. Einen primär wirtschaftlichen Ansatz verfolgen in Deutschland beispielsweise *Ullstein*, *Goldmann* oder *Heyne*. Stärker auf den kulturellen Ansatz fokussieren eher *Suhrkamp*, *Hanser* und *Steidl*. Der Hauptunterschied besteht im Ansatzpunkt, das Ziel (der Verkauf von Büchern) bleibt gleich, wobei im kulturellen Ansatz der Anspruch entsteht, stets nach dem kulturellen Auftrag zu handeln und nicht primär wirtschaftlichen Zielen zu folgen. Bourdieu spricht von einer „antagonistischen Koexistenz zweier Produktions- und Zirkulationsweisen,

<sup>106</sup> Vgl. hierzu: Herbert Grundmann: *Vom Verhältnis des Buchhandels zu Gesellschaft und Staat*, in: ders.: *Buchhandel zwischen Geist und Kommerz. Grundsätzliches aus drei Jahrzehnten*, Bonn 1984, S. 136-144, hier S. 137.

<sup>107</sup> Walter Boris Fischer: *Kommunikation und Marketing für Kulturprojekte*, Bern, Stuttgart, Wien 2001, S. 49.

die entgegengesetzten Logiken gehorchen.“<sup>108</sup> Die Kunst, die nur um ihrer selbst Willen besteht, keinen Sinn und keine Interessen außerhalb ihres Gebiets verfolgt, steht im Gegensatz zur Ökonomie, deren Existenz einzig des Profits wegen besteht.

Wo ein Verlag nun steht, unterstützt er eine 'autonome' Kunst oder kümmert er sich vermehrt um Umsatz und Profit, kann daran fest gemacht werden, wie stark die Bücher „einer vorher und in vorgegebenen Formen bestehenden Nachfrage entsprechen.“<sup>109</sup>

Zunehmend aber orientiert sich „[d]er Kulturbetrieb [...] immer ausschließlicher an ökonomischen Richtlinien.“<sup>110</sup> Profit, Gewinn und Umsatz sind heute die Hauptziele der

meisten Verlage. Daran richten sie ihr Unternehmen aus, ihre Texte und ihre Autoren. Publiziert wird, was sich verkaufen lässt, was die Masse nachfragt. Jeder Verlag muss selbstverständlich Bücher auf den Markt bringen, die ihm seine ökonomische Existenz sichern. Dieses Ziel muss zuerst erfüllt sein, denn nur dann können Verlage auch Bücher in ihre Programme aufnehmen, die einen stärkeren ideellen Anspruch haben und weniger oft verkauft werden. Das bedeutet, ein Bestseller ist für den Verlag wichtig, will er erstens seine Existenz gesichert wissen und zweitens Bücher verlegen, die sich weniger gut oder kaum verkaufen. In letzte Kategorie fallen meist die sogenannten literarisch anspruchsvollen Bücher. Nicht von der Masse werden diese Texte rezipiert, sondern nur ein kleiner (Experten-)Kreis kommt als Abnehmer in Frage. Das heißt weiter, dass die Bestseller idealiter die weniger erfolgreichen Bücher finanziell mittragen. Sprich: Bestseller können die Produktion anspruchsvoller Literatur fördern.

Weiterhin besteht eine Diskrepanz zwischen Literatur und Ökonomie, noch immer scheint es für manche schwer begreiflich, dass diese beiden Bereiche zusammentreffen müssen, dass eine Buchproduktion und vor allem -distribution sonst nicht möglich wären. Deutschland scheint dabei eine Außenseiterposition einzunehmen:

In anderen Nationalstaaten, allen voran in Großbritannien, den Niederlanden und den USA, hatten sich frühzeitig Strukturen im Verlagsbuchhandel herausgebildet, die das ökonomische Handeln stärker in das Bewusstsein rückten. Dort wurde und wird das Buch viel nüchterner als Handelsware und rein kaufmännisches Herangehen als legitim verstanden.<sup>111</sup>

In einem Verlag, der kein besonders großes Marketing betreibt, stehen dem Unternehmerdurchschnittlich zwischen fünf und acht Prozent als Werbeetat zur Verfügung. Mittlerweile sind die Ausgaben für die Werbung allerdings auf bis zu zehn

---

<sup>108</sup> Bourdieu: *Die Regeln der Kunst*, S. 228.

<sup>109</sup> Bourdieu: *Die Regeln der Kunst*, S. 229 (kursiv im Original).

<sup>110</sup> Niemann: *Strategien der Aufmerksamkeit*, S. 26.

<sup>111</sup> Kerlen, Keiderling: *Die Ökonomie: von der Magd zur Herrin der Buchkultur*, S. 62.

Prozent in den großen Publikumsverlagen gestiegen.<sup>112</sup> Hieraus kann entweder geschlossen werden, dass mehr Geld für Werbung insgesamt ausgegeben wird, oder dass Buchwerbung eher teuer ist, verglichen mit andern Produkten. Dem Buchverlag sind finanziell außerdem Hürden gesetzt, die so in anderen Märkten nicht zu finden sind: Da ist einerseits etwa der Buchhändlerabatt, der sich meist um die 50 Prozent einpendelt, andererseits die Zahlungsbedingungen ebenfalls zu Gunsten der Buchhändler. Normal sind in dieser Branche Zahlungsziele von einem Jahr, das heißt, der Händler zahlt erst ein Jahr nach Einkauf an den Verlag. Somit entstehen hier für das Unternehmen Lücken, die es mittels Krediten erst einmal überbrücken muss.

Neben all den finanziellen Hürden, müssen die Verlage, um erfolgreich zu sein, einen weiteren Faktor berücksichtigen: nämlich jenen des Timings. Unter die Timing-Strategie fallen vor allem Entscheidungen, die den Markteintritt und -austritt betreffen. Diese Handlungsalternativen sind dann besonders wichtig, wenn neue Trends entstehen beziehungsweise alte am Abebben sind. Eine bloße Produktverbesserung ist damit nicht gleichzusetzen; diese zieht zwar auch Nachfrager an, ist allerdings nicht so effektiv wie ein Neuprodukt. Immer schneller müssen Produkte geplant und entwickelt werden, der Zeitdruck auf alle Bereiche der Wertschöpfungskette nimmt zu. Damit keine Lücken zwischen verschiedenen Produkten entstehen, ist auch die „Entwicklung von Folgeprodukten“<sup>113</sup> wichtig. Die Planung der Unternehmen muss zwar einerseits flexibel sein und sich den vorhandenen Marktgegebenheiten anpassen, andererseits muss ihre Konzeption weit genug in die Zukunft reichen, das heißt, eine simultane Neuproduktplanung ist unerlässlich.

Immer wichtiger wird vor allem die Frage nach dem richtigen Zeitpunkt für die Produkteinführung auf dem Markt. Kommt ein Produkt zu früh in den Verkauf, erkennen die potentiellen Nachfrager den Nutzen nicht, das Erzeugnis wird nicht abgesetzt, folglich erleidet das Unternehmen finanzielle Einbußen. Sind allerdings schon ähnliche oder gar gleiche Produkte eingeführt, hat der Artikel meist Schwierigkeiten, überhaupt noch wahrgenommen zu werden. Bedeutend ist, dass die „Nachahmungszeiten stark geschrumpft sind“<sup>114</sup> und sich die Produktlebenszyklen immer weiter verkürzen. Mit und vor der Produkteinführung gehen häufig auch enorme Marketingaktionen einher, um auf dem Markt eine möglichst große Aufmerksamkeit zu erzielen. Der Zeitpunkt, wann ein bestimmtes Produkt in den Markt eingeführt wird, ist

---

<sup>112</sup> Vgl. Ziermann: *Der deutsche Buch- und Taschenbuchmarkt*, S. 122.

<sup>113</sup> Fritz Scheuch: *Marketing*, 6., verbesserte und ergänzte Auflage, München 2007, S. 578.

<sup>114</sup> Jochen Becker: *Marketing Konzeption: Grundlagen des strategischen Marketing-Managements*, 3. verbesserte und ergänzte Auflage, München 1990, S. 318 (mit Hervorhebungen im Original).

entscheidend für Absatz und Gewinn. Innerhalb des sogenannten „strategischen Zeitfensters“<sup>115</sup> muss das Gut dann auf den Markt kommen. Studien haben ergeben, dass eine Verzögerung der Markteinführung um zehn Prozent Ergebniseinbußen zwischen 25 und 30 Prozent mit sich bringen kann.<sup>116</sup> Und nur wer sein Produkt möglichst schnell auf den Markt bringt, entkommt eventuell der „Gefahr, die Kosten für Forschung und Entwicklung sowie Markteinführung nicht vollständig zu amortisieren.“<sup>117</sup>

Daneben ist auch der Zeitpunkt des Marktaustritts bedeutsam. Wenn ein Markt unrentabel ist, sollte das Unternehmen versuchen, dieses Gebiet so schnell wie möglich aufzugeben. Von der finanziellen Seite betrachtet, muss der Marktaustritt gut durchdacht sein: Die Aufgabe eines Geschäftsbereichs verursacht Kosten und führt eventuell zu stärkeren Umsatzeinbußen als vom Unternehmen erwartet wurde.<sup>118</sup> Wichtig beim Marktaustritt ist neben den Kosten auch die Dauer. Denn je länger ein Unternehmen mit unrentablen Produkten am Markt bleibt, umso mehr Kosten entstehen. Zieht sich ein Unternehmen vom Markt zurück, so kann dies zu Imageschädigungen führen.<sup>119</sup> Auch bleibt die Frage offen, wohin mit den bereits fertig gestellten Produkten? Heutzutage werden zwar zahlreiche Waren just in time hergestellt, wovon sich die Unternehmen weniger Lagerkosten erhoffen. Problematisch ist dies jedoch auf dem Buchmarkt, da hier die Produktionsmenge bereits durch die Auflagenhöhe bestimmt wird (abgesehen allerdings von sogenannten Book on Demand-Verlagen). Erkennt der Verlag also erst nach Markteintritt, wie schlecht sein Buch verkauft wird, kann er die Menge der Produkte nicht mehr ändern. Die bereits hergestellten Produkte werden dann entweder verramscht oder vernichtet. Meist wird diese Entscheidung ganz rational danach getroffen, was kostengünstiger ist.

Der Faktor Zeitgeist ist elementar für die Timing-Strategie des Marketings. Doch ebenso wenig wie die Begriffe Bestseller oder Erfolg eindeutig geklärt sind, liegt eine feste Explikation, was den Terminus 'Zeitgeist' anbelangt, vor. Daniel Keel, Verleger des *Diogenes* Verlags, behauptet, dass „[w]eder das Literarische Quartett noch Germanistische Seminare bestimmen, was Literatur ist, sondern die Zeit und der Leser,

---

<sup>115</sup> Scheuch: *Marketing*, S. 579 (Hervorhebung im Original).

<sup>116</sup> Vgl.: Ralf F. Steinbach: *Integratives Qualitäts-, Zeit- und Kostenmanagement. Entwicklung und Implementierung eines ganzheitlichen Management-Konzepts*, Frankfurt am Main 1997, S. 119.

<sup>117</sup> Steinbach: *Integratives Qualitäts-, Zeit- und Kostenmanagement*, S. 116.

<sup>118</sup> Vgl.: Klaus Backhaus: *Industriegütermarketing*, 7., erweiterte und überarbeitete Auflage, München 2003, S. 279.

<sup>119</sup> Vgl. Backhaus: *Industriegütermarketing*, S. 279.

die am Ende oft gar nicht so beschränkt sind, wie jene es glauben machen möchten.“<sup>120</sup>

Wenn ein Text den Zeitgeist einer Epoche oder Mode trifft, wird es nachgefragt werden. Insgesamt kann diese Strategie als die wichtigste für die Verlage angesehen werden.

Der entscheidende Wettbewerbsvorteil der Timing-Strategie liegt darin, dass die Konkurrenz eine gewisse Zeit braucht, um ein ähnliches Produkt auf den Markt zu bringen. Das heißt, es kommt zu einer vorübergehenden Monopolstellung, die dem Unternehmen unter Umständen einen großen Umsatz beschert. Diesen Vorteil erkennt auch Michael Porter: „Uniqueness may result from when a firm began performing an activity. Being the first to adopt a product image, for example, may preempt others from doing so and make the firm unique.“<sup>121</sup> Diese einzigartigen Sonderstellungen werden auf dem Buchmarkt heute selten und vor allem nur temporär erreicht.

Die Zeit ist also ein entscheidender Faktor was Innovation und Reaktion betrifft: Das eigene Unternehmen muss die Neuerung schaffen, die der Nachfrager will und kauft, die Konkurrenz muss schnell darauf reagieren, will es keine Marktanteile verlieren. Für den Buchmarkt bedeutet dies: Immer schneller müssen Texte produziert und auf den Markt gebracht werden, immer rascher ändert sich der Geschmack des Lesers, und immer präziser sollen die Wünsche der Nachfrager erfüllt werden. Der literarische Markt ist – wie die meisten anderen Märkte auch – von verschiedenen Trends bestimmt. Dabei treten mehrere Trends gleichzeitig auf, nur in unterschiedlicher Stärke oder Ausprägung. Auch Levin L. Schücking bestätigt: „[E]s gibt gar keinen Zeitgeist, sondern es gibt sozusagen eine ganze Reihe von Zeitgeistern.“<sup>122</sup> Diese Zeitgeister gilt es vom Verlag zu erkennen; darauf aufbauend wird dann ein Verlagsprogramm bestimmt. Gefordert wird zeitgleich eine höhere Wandlungsfähigkeit des Verlags, das heißt, die Mitarbeiter (und vor allem die Lektoren) müssen der Zeit voraus sein. Neue, attraktive Autoren müssen schneller akquiriert werden, die gesamte Verlagsarbeit wird beschleunigt. Ziel ist es dabei, schneller als die Konkurrenz zu sein, also als Pionier mit einem neuen Text auf den Markt zu kommen.

Außerdem ist der Buchmarkt Teil des umfassenderen Medien- und Unterhaltungsmarktes. Jeder der Verlage muss sich durchsetzen – gegen andere Verlage und andere Medien. Dabei konkurrieren die unterschiedlichsten Unternehmen um die Aufmerksamkeit der Kunden; das beste, unterhaltsamste (hin und wieder auch

---

<sup>120</sup> Christian von Zittwitz: *Diogenes for ever?* Interview mit Daniel Keel und Rudolf C. Bettschart, in: *Buchmarkt* Heft 10/1995, S. 74-82, hier S. 78.

<sup>121</sup> Michael E. Porter: *Competitive Advantage. Creating and Sustaining Superior Performance*, New York 1998, S. 126.

<sup>122</sup> Levin L. Schücking: *Soziologie der literarischen Geschmacksbildung*, 3., neu bearbeitete Auflage, Bern 1961, S. 13.

informativste) Produkt wird nachgefragt. Dieser Markt der Aufmerksamkeit und Unterhaltung wird teilweise von den Massenmedien reguliert.<sup>123</sup> Lesen als Freizeitbeschäftigung ist nur eine Aktivität unter vielen, das Buch konkurriert dabei mit Sportangeboten, Film und Fernsehen, Oper, Theater sowie natürlich mit dem Internet. Verlage sind deshalb gezwungen (immer unter der Voraussetzung, über einen längeren Zeitraum am Markt zu bleiben), ein speziell entwickeltes Programm durchzusetzen, neue Marketingstrategien anzuwenden und Kunden dadurch an sich zu binden. Zukünftig könnte sich dies noch verschärfen, denn „[d]er Buchmarkt der Zukunft ist ein medial geöffneter Markt“, wie es Keiderling und Kerlen beobachteten. „Immer mehr Produkte werden multi- oder crossmedial angeboten und das mit wachsendem Erfolg.“<sup>124</sup> Verlage und ihre Strukturen müssen sich verändern, den gegebenen Umständen anpassen und entsprechend agieren. Als wirksamstes Instrument der Verkaufsförderung gilt dabei die Innovation. Es werden allerdings keine besonders neue, außergewöhnliche, noch nie da gewesene Produkte hergestellt, sondern lediglich leicht veränderte Produktvariationen als Neuheiten proklamiert, was die Nachfrager mobilisieren soll. Konkret geschieht dies auf allen Märkten durch das Setzen von Trends, was die Unternehmen nutzen, um Kaufanreize für ein bestimmtes Buch zu schaffen. Dabei wendet sich jeder neue Trend gegen den vorhergegangenen, somit liegt im Gegenteil die immer neue Mode. Bedingt durch die Kurzlebigkeit des Produktlebenszyklus, wechseln sich die Trends immer schneller ab. Sie werden ebenso schnell, wie sie kreiert wurden, wieder vernichtet oder als nichtig erklärt, das heißt durch einen neuen Trend abgelöst. Der Wechsel der Trends ist inzwischen so kurzlebig, dass ein Zustand des 'anything goes' bereits erreicht ist, was zugleich auch ein vielfältiges Angebot mit sich bringt. Historische Romane finden eine ebenso große Nachfrage wie Science-Fiction und konservative Erzählweisen existieren neben experimentellen. Kultur und Markt sind von einem „Vergänglichkeitskult“<sup>125</sup> geprägt, dessen Spiralen immer verkürzt werden, wodurch Produkte gar keine Zeit mehr haben, sich auf dem Markt durchzusetzen.

Das erhöhte Tempo schlägt sich in allen Arbeitsbereichen und Herstellungsprozessen des Buches nieder. Einen Beitrag zur Beschleunigung liefert auch das Internet. Während vor einigen Jahren Manuskripte auf dem Postweg verschickt wurden, läuft dies heute überwiegend elektronisch vonstatten. Auch die Kommunikation zwischen Lektor und Autor passiert häufig über E-Mail. Ein elektronisches Dokument bringt weitere

---

<sup>123</sup> Vgl. Norbert Bolz: *Die Konformisten des Andersseins. Ende der Kritik*, München 2001, S. 54.

<sup>124</sup> Kerlen, Keiderling: *Die Ökonomie: von der Magd zur Herrin der Buchkultur*, S. 69.

<sup>125</sup> Bolz: *Die Konformisten des Andersseins*, S. 88.

(zeitliche) Vorteile mit sich: Textteile können schneller und einfacher verschoben und verändert werden, der Text muss nicht erst gesetzt werden und die Herstellung kann rascher daran arbeiten. Zur Aufgabenerleichterung und vor allem zur Zeitersparnis verfassen Autoren häufig sogenannte „book proposals“,<sup>126</sup> in welchen sie Vorschläge für künftige Vorhaben machen. Das bedeutet, der Agent oder Lektor urteilt, bevor ein Text geschrieben ist, ob das Buch gut oder schlecht ist – sprich: ob es sich verkaufen lässt oder nicht. Damit nimmt der Agent oder der Verlag deutlichen Einfluss auf das Tun seiner Schriftsteller. Vor allem aber verlagert sich die Qualität des Textes auf die Zusammenfassung des Inhalts. Das „book proposal“ muss überzeugen, dann findet ein Text auch einen Verlag. Die Manuskripte werden kaum noch gelesen, da der Lektor vom Autor alle notwendigen Informationen erwartet. Daraus ist auch ersichtlich, dass die Form in literarischer Hinsicht weit hinter den Inhalt zurücktritt.

Das richtige Timing wird allerdings nicht nur von Unternehmen verlangt, sondern auch von Kritikern und Lesern. Erstere sollten Bücher bald nach ihrem Erscheinen rezensieren, wobei jedoch häufig die vom Verlag gesetzten Sperrfristen ignoriert werden, sodass Rezensionen im Deckmantel von Interviews oder Autorenporträts erscheinen. Verzögert sich der Abdruck einer Kritik um mehrere Wochen, so wird sie hinfällig. Es sei denn, das Buch hat soviel Erfolg, dass es noch nach Wochen (und das ist aktuell im Buchmarkt eine sehr lange Zeit) im Feuilleton diskutiert wird. Sodann ist jede Meinung zur Debatte, jede Anmerkung zur Diskussion willkommen und wird vom Leser und anderen Redaktionen aufgegriffen. Ebenfalls muss der Leser sich an die Geschwindigkeit des Marktes anpassen. Er muss die Bücher lesen, die gegenwärtig von Interesse sind, die aktuell besprochen werden. Nur dann kann er in gesellschaftlichen Diskussionen mitreden.<sup>127</sup> Dieses In-der-Zeit-Liegen, das richtige Buch zum richtigen Zeitpunkt gelesen zu haben, kann für das soziale Ansehen Einzelner von enormer Bedeutung.

Da dem Leser stets etwas Neues, möglichst Spektakuläres geboten werden soll, muss das Unternehmen versuchen, Abwechslung und Einmaligkeit zu schaffen. Der Verlag muss deshalb beispielsweise immer andere Veranstaltungsorte für seine Lesungen finden. So reicht es nicht mehr aus, dass der Autor in Buchhandlungen liest, sondern auch im Theater, im Museum oder unter freiem Himmel. Weiterhin muss auch das Wie der Darbietung stets durchdacht werden: Lesen alleine – das reicht den Zuhörern nicht

---

<sup>126</sup> Dubravka Ugrešić: *Lesen verboten*, Frankfurt am Main 2002, S. 22.

<sup>127</sup> Vgl. Ulrich Greiner: *Das Verschwinden der Kritik*, S. 236.



mehr. Deshalb liest der Autor beispielsweise zu von ihm ausgewählter Musik oder in einer Kunstgalerie etc.

Durch schnell wechselnde Moden (sowohl auf dem Literaturmarkt als auch in den Medien) und dem Verlangen von Lesern und Medien nach immer neuen Büchern kommt es zu einem Verschleiß von Texten und Autoren. Dauerhaft kann sich kaum noch ein Buch etablieren. Verdeutlicht wird dies auch durch die rückläufige Zahl der Neuauflagen.<sup>128</sup> Während immer mehr Erstauflagen erscheinen, kommt es seltener zu einer Zweit- oder gar Drittauflage. Das Vergangene ist nicht mehr zeitgemäß und wird deshalb in den Medien nicht mehr präsentiert. Allerdings haben die Autoren eine Chance auf eine Neuauflage, wenn ihr Text neu bearbeitet wird. Dient ein literarisches Werk beispielsweise als Filmvorlage, so erlebt es meist auch eine Wiederentdeckung des Textes selbst.

Der Buchmarkt wird nicht von einem Nachfrager-, sondern von einem Angebotsmonopol bestimmt: Ein bestimmter Text erscheint nur bei einem einzigen Verlag, andere Unternehmen können zwar Nachahmerprodukte auf den Markt bringen, das 'Original' behält sich allerdings nur ein bestimmter Verlag vor. So erscheinen die Romane von Dan Brown in Deutschland bei Lübbe, andere Unternehmen kopieren jedoch das Prinzip der sogenannten 'Vatikan-Romane', imitieren dann auch das Cover und die gesamte Aufmachung des Buchs. Der Kunde kann nun ähnliche Produkte auch bei Konkurrenzunternehmen erwerben, Bücher von Dan Brown erscheinen allerdings nur in einem Verlag. Somit hat der Verlag eine unique selling proposition (USP), die ihn zwar nicht vor Wettbewerbern schützt, aber ihm ein Alleinstellungsmerkmal verleiht, das ihn für den Nachfrager heraushebt. Will ein Verlag sein Absatzpotential erweitern, so gelingt ihm dies nur mittels „Verdrängung statt Wachstum“.<sup>129</sup> Der Buchmarkt kann nicht mehr erweitert werden, es hat sich eine bestimmte Anzahl an Buchkäufern und -lesern eingependelt, die in etwa auf diesem Niveau bleiben wird. Ein Unternehmen kann somit nur größere Marktanteile generieren, wenn es andere Verlage aufkauft oder übernimmt. Der größte Konzern mit dieser Strategie ist Random House. Inwiefern eine Ausweitung durch den (zusätzlichen) Verkauf von E-Books erlangt werden kann, ist offen, da gegenwärtig noch kein aussagekräftiges Zahlenmaterial dazu vorliegt.

---

<sup>128</sup> Vgl. Erhard Schütz: *Das gute Buch der Bücher. Perspektiven des Buchs – vom Markt her beobachtet*, in: ders., Thomas Wegmann (Hrsg.): *literatur.com. Tendenzen im Literaturmarketing*, Berlin 2002, S. 58-80, hier S. 69.

<sup>129</sup> Wolfgang Ferchl: *Vertreibung aus dem Paradies? Literatur unter den Bedingungen des Marktes*, in: Hannes Luxbacher, Andreas R. Peterzell, Werner Schandor (Hrsg.): *Big Business Literatur, -- Reflexionen über den Marktwert der Literatur*, Wien 2002, S. 8-18, hier S. 11.

Verlage finanzieren sich heutzutage nicht einzig durch die Herstellung und Herausgabe von Büchern, sondern sie versuchen auch, mit den Nebenrechten ihren Umsatz zu steigern. Bücher werden dabei mehrfach verwertet, die Gelder aus dem Rechte- und Lizenzhandel fließen mehrheitlich in den Verlag, der Autor erhält meist nur Bruchteile davon oder verdient lediglich auf Provisionsbasis. Nebenrechte umfassen beispielsweise die Herausgabe als Taschenbuch, der Verkauf der Filmrechte oder die Rechte an einer Hörbuch- sowie Hörspielproduktion.

Norbert Bolz betont den Zusammenhang zwischen der Verbreitung eines Produktes und dessen Erfolg: „Über den Wert einer Innovation entscheidet das Schicksal ihrer Diffusion.“<sup>130</sup> Das bedeutet auch, dass einzig durch die Verbreitung eines Trends die Nachfrage angekurbelt werden kann. Erwirkt werden kann diese Diffusion durch ein gelungenes Marketing. Die Aussage unterstreicht eine Verknüpfung von Qualität („Wert“) und Quantität („Diffusion“). Hieraus lässt sich ableiten, dass die Anzahl der verkauften Exemplare über den literarischen Wert entscheiden würde. Doch eben genau das ist nicht der Fall: Dem Käufer und Leser wird suggeriert, er lese ein gutes Buch, da die Massen es bereits nachgefragt haben. Die Prämisse des Zusammenhangs von Qualität und Quantität ist somit keinesfalls von Seiten der Literatur, sondern von Unternehmens- beziehungsweise Rezensentenseite her aufgestellt worden. Dem Trugschluss unterliegt aber weiterhin der Großteil der Leser, da sie sich an den Bestsellerlisten orientieren und somit den meist verkauften Titel als den besten einschätzen.

Wie Trends geschaffen sein müssen, formuliert Norbert Bolz so: Sie sollten „symbolisch verdichtet“, „inszeniert“ und dabei „unbestimmt genug sein“ sowie „definitiv wirken“.<sup>131</sup> Trends werden somit einem bestimmten Muster folgend geschaffen, sollen dabei jedoch einzigartig wirken, denn genau von diesem Neuartigen lebt jede Strömung. Ein neuer Trend kann nur geschaffen werden, indem ein alter Kurs als gestrig und vergangen erklärt wird. Keine andere Aufgabe kommt dem Marketing zu, als eben diese Schaffung von neuen Richtungen zu verstärken. Gleichzeitig bietet der Markt dem Kunden Orientierungshilfen, die ihm den Weg zu den neuesten Trends zeigen sollen, allen voran die Bestsellerliste, aber auch Buchsendungen oder -besprechungen.

Die Timing-Strategie macht es allerdings auch notwendig, dass der Text nun nicht mehr losgelöst vom historischen Zeitpunkt seines In-Erscheinung-Tretens betrachtet werden

---

<sup>130</sup> Bolz: *Die Konformisten des Andersseins*, S. 82.

<sup>131</sup> Bolz: *Die Konformisten des Andersseins*, S. 83.

kann. Kontextuelle Gegebenheiten sind unabdingbar mit dem Erfolg des Buches verwoben, sind eventuell gerade der Auslöser für dessen Erfolg. Dieser Aspekt stützt die These, dass der Text alleine von geringer Bedeutung ist, es sind die Paratexte,<sup>132</sup> also in diesem Fall historische Geschehnisse oder zeitgeschichtliche Ereignisse, die den Auslöser für eine intensivere, bewusste Rezeption bilden.

Aber nicht nur buchwissenschaftliche Faktoren bestimmen die Aufnahme eines Buchs, sondern auch übergeordnete Faktoren des Wirtschaftssystems und der (politischen) Gesetzgebung. Dazu gehören auch Regulierungen und Konformitäten auf dem Buchmarkt, wie die nachstehenden Abschnitte verdeutlichen.

#### 1.4. Wirtschaftssysteme und Buchmarkt

##### 1.4.1. Regulierung

Die Wirtschaft ist ein von Menschen gemachtes System. Sie entwickelt teilweise ein Eigenleben, die Prozesse, die durch das System angestoßen werden, scheinen wie von selbst zu arbeiten. Kommt es zu Entwicklungen, die so nicht vorgesehen sind, greifen bestimmte Mechanismen: Der Staat verhindert die Bildung von Monopolen und Preisabsprachen, bestimmte Institutionen überprüfen die Zusammensetzung verwendeter Materialien in gewissen Produkten etc. Auch diese Regelungen, die häufig in Vorschriften oder Gesetzen festgehalten werden, sind vom Menschen gemacht und sollen zu einem ausgeglichenen wirtschaftlichen und daraus abgeleiteten sozialen Leben führen. Allein die Tatsache, dass gewisse Regulierungsmaßnahmen notwendig sind, zeigt, wie mangelhaft die Wirtschaftssysteme sind; es bedarf einer ständigen Kontrolle und Ordnung.

##### 1.4.1.1. Definition

Regulierungen sind Eingriffe in das Marktgeschehen von außen, meist seitens der Politik, aber auch von anderen (etwa gewerkschaftlichen) Institutionen. Diese haben dabei eine „verbindliche Einflussnahme auf wirtschaftliches Handeln.“<sup>133</sup> Regulierungen werden zum Erfüllen zweier Zwecke eingesetzt: Sie dienen entweder der

---

<sup>132</sup> Genette: *Paratexte*.

<sup>133</sup> Hans J. Kleinsteuber: *Was kommt nach der Verrechtlichung? Von der Regulierung zur Governance*, in: Dieter Klumpp et al. (Hrsg.): *Medien, Ordnung und Innovation*, Berlin, Heidelberg, New York 2006, S. 185-199, hier S. 185.

Durchsetzung politischer Ziele, oder sie sollen einem Marktversagen entgegenwirken. Dabei sind die am häufigsten verwendeten Instrumente die der Preis- beziehungsweise Mengenregulierung. Walter Eucken plädiert für eine Koordination der wirtschaftspolitischen Maßnahmen, da diese sonst keine erfolgreichen Ergebnisse aufweisen würden.<sup>134</sup> Der Staat sollte sich lediglich ordnungspolitisch in der Wirtschaft betätigen, alle weiteren Eingriffe sollten von Seiten der Wirtschaft selbst unternommen werden.<sup>135</sup>

Folgende regulierende Prinzipien sollten in einer funktionierenden Wirtschaftsordnung vorhanden sein und im Falle der Notwendigkeit auch eingesetzt werden: Erstens sollen Monopol und Kartellbildung verhindert werden. Zweitens soll aus sozialen Gründen eine „Korrektur der Einkommensverhältnisse“ vorgenommen werden. Eine „Berücksichtigung sozialer Folgekosten sowie des Arbeits- und Umweltschutzes in den Wirtschaftsrechnungen der Einzelwirtschaften“ und entsprechende „Stützungsmaßnahmen bei anormalem Verhalten des Arbeitsangebotes“ müssen außerdem vorhanden sein und entsprechend zum Tragen kommen.<sup>136</sup> Diese Eingriffe sind allerdings nur legitim, wenn selbige marktkonform strukturiert sind.

Euckens Ansicht nach ist das zentrale Problem der Wirtschaft das Überwinden von Knappheit.<sup>137</sup> Dieser Standpunkt rührt von den wirtschaftlichen Verhältnissen nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs. Gegenwärtig ist in Deutschland nicht mehr der Mangel an bestimmten Produkten das Hauptproblem; mittlerweile herrschen eher Überproduktion und Variationen der Produkte vor. Einzelne Unternehmen sind daher gezwungen, sich gegen eine Vielzahl an Konkurrenten durchzusetzen, ihr Produkt gilt es deshalb – wenn sie nicht in der Position des Pioniers sind – durch ein herausragendes Merkmal (das beste oder billigste in einer Kategorie) zu bewerben.

Eine weitere überholte Idee Euckens ist, dass es drei Instanzen gibt, die als ordnende Potenzen wirken, nämlich Staat, Wissenschaft und Kirchen.<sup>138</sup> Die Wirkungskraft der Wirtschaft selbst als Ordnungsmacht wird hierbei nicht impliziert, obwohl sie vorhanden ist. Sie setzt nämlich Spielregeln, gibt bestimmte Normen oder Standards vor und reguliert sich teilweise selbst, also ohne eingreifende Macht von außen.

---

<sup>134</sup> Walter Eucken: *Über die Gesamtrichtung der Wirtschaftspolitik* (1946), in: ders.: *Ordnungspolitik*, hrsg. von Walter Oswalt, Münster 1999, S. 1-24, hier S. 1.

<sup>135</sup> Vgl. Hans-Rudolf Peters: *Einführung in die Theorie der Wirtschaftssysteme*, 2., überarbeitete und erweiterte Auflage, München, Wien 1993, S. 37.

<sup>136</sup> Vgl. Peters: *Einführung in die Theorie der Wirtschaftssysteme*, S. 81.

<sup>137</sup> Walter Eucken: *Grundsätze der Wirtschaftspolitik*, hrsg. von Edith Eucken und K. Paul Hensel, 6., durchgesehene Auflage, Tübingen 1990, S. 8.

<sup>138</sup> Eucken: *Grundsätze der Wirtschaftspolitik*, S. 325-350.

Neben der rein vom Staat ausgehenden Regulierung existieren noch zwei weitere Formen der Kontrolle, nämlich die Selbstregulierung und die Co-Regulierung. Bei ersterer ist das Unternehmen oder der Markt recht frei in seinem Tun, der Staat will oder darf nicht eingreifen, da dies ihm (zumindest in westlichen Demokratien wie der BRD) verfassungsrechtlich untersagt ist. Die Co-Regulierung basiert auf einer Kombination von staatlichen und nicht-staatlichen Eingriffen.<sup>139</sup> Des Weiteren ist danach zu unterscheiden, ob die Regulierung aus dem Unternehmen heraus kommt oder auf externe Einflüsse zurückzuführen ist. Statt Regulierung wird häufig auch der Begriff der Koordination verwendet:

Koordinationsmechanismen bestimmen, wie Menschen miteinander umgehen, wer welche Güter bekommt, wer welche Dienste erbringen muss; was verkauft werden darf und was nicht; unter welchen Bedingungen ein Transfer von Rechten stattfinden kann; was angemessen und nicht angemessen ist.<sup>140</sup>

Hierbei legen die Regulierungen also das Miteinander im sozialen und ökonomischen Raum fest, bestimmen sozusagen die Gesetze. Dies ist ein weiteres Argument für die permanente und universelle Existenz von Regulierungen. Die Globalisierung bietet nur eine scheinbar größere Gestaltungsfreiheit, denn durch die weltweite Vernetzung müssen immer neue Regeln und Verhaltensweisen erprobt oder festgesetzt werden, die ein Überschreiten bestimmter Grenzen limitiert oder untersagt. Da sich im Zuge dieser Globalisierung eine verstärkte Verschränkung von Handlungen und Aktivitäten vollzieht, müssen diese intensiver und besser aufeinander abgestimmt werden, was zu einer gesteigerten Regulierungsaktivität von außen, also von Staat und Wirtschaft, führt. Als ein Beispiel für die transnationalen Auswirkungen im globalen Markt kann die Kontroverse um Salman Rushdies *Die satanischen Verse* genannt werden.

Die Hauptaufgabe von Regulierungsbehörden besteht darin, „nachvollziehbare Auswahlentscheidungen zu fällen.“<sup>141</sup> Die Behörde arbeitet dabei zwischen zwei Extremen. So muss sie darauf achten, den Wettbewerb nicht zu stark einzuschränken: Hierbei gehen Innovationsschübe verloren und andere Konkurrenten können nicht auf den Markt streben. Greift die Behörde aber zu schwach in das Marktgeschehen ein, mangelt es an Ordnungen oder 'Spielregeln' auf dem Markt, die Anbieter können mittels

---

<sup>139</sup> Vgl. hierzu Wolfgang Schulz: *Was leisten Selbst- und Co-Regulierung im Vergleich zu den bisherigen Regulierungsformen?* In: ders., Dieter Klumpp, Herbert Kubicek, Alexander Roßnagel (Hrsg.): *Medien, Ordnung und Innovation*, Berlin, Heidelberg, New York 2006, S. 169-183, hier S. 169.

<sup>140</sup> Manfred Prisching: *Vermarktlichung – ein Aspekt des Wandels Koordinationsmechanismen*, in: *Jahrbuch Ökonomie und Gesellschaft*. „Alles käuflich“, Jahrbuch 18, Marburg 2002, S. 15-38, hier S. 17f.

<sup>141</sup> Kleinsteuber: *Was kommt nach der Verrechtlichung?* S. 186.

Absprachen die Preise sehr stark aufstocken, was die Kunden zur Zahlung höherer Kosten zwingt, ohne dass sie eine Alternative hätten.

Die Regulierung von Seiten des Staates ist für den Buchmarkt besonders interessant, denn zu den beiden Komponenten Wirtschaft und Kultur tritt nun ein weiteres Gegengewicht: die Politik. Ökonomisch betrachtet, gelten staatliche Eingriffe als wenig gern gesehen, da diese vor allem Monopolstellungen unterbinden sollen und somit die Wirtschaftskraft einzelner Unternehmen einschränken könnten. Der Staat argumentiert, dass eine verstärkte Konkurrenz eine größere Innovationskraft fördert, die neue Technologien oder Ideen durchsetzt. Die Wirtschaft wirft umgekehrt den Politikern oft ein kurzfristiges Denken oder mangelnde Erfahrungen vor, um die komplexen Wirtschaftsprozesse zu durchschauen oder ihnen gerecht werden zu können.<sup>142</sup>

Eine augenscheinlich in der BRD nicht praktizierte Regulierungsmaßnahme ist die Zensur. Jedoch ist diese auch hierzulande zu finden, allerdings unter anderen Bedingungen als etwa in der VR China. Die offene Zensur, also das öffentliche und nachträgliche Verbot (nach dem Erscheinen) findet sich selten, diese wird häufig aus einem der folgenden beiden Gründe getroffen: entweder Verletzung der Persönlichkeitsrechte (wie etwa bei Maxim Billers Buch *Esra* (2003)) oder wegen Verstößen gegen das Jugendschutzgesetz (wie im Falle von Bret Easton Ellis' *American Psycho* (1991)).<sup>143</sup> Zwar sieht Hoffmann durch Artikel 5 Absatz 3 des Grundgesetzes die Rechte und Freiheiten eines Künstlers soweit gestärkt, dass der Staat keinerlei Einfluss auf sein Tun nehmen darf,<sup>144</sup> reguliert wird die Kunst – und hier speziell die Literatur – trotzdem, wenn auch nicht durch direkte oder öffentliche Zensur. Denn es gibt solche Zensurformen, die nicht öffentlichkeitswirksam werden, etwa die „weniger offen ausgeübt[e] (hausintern durch Kompetenzentzug) [Zensur]; Selbstzensur geübt als Tribut an die jeweils herrschende öffentliche Stimmungslage [...]“; oder ein Autor schreibt einfach nicht mehr, was er denkt“.<sup>145</sup> Diese Formen der Zensur sind durchaus üblich, werden allerdings oft nicht mehr als Zensurmaßnahmen aufgefasst. Hoffmann geht sogar noch weiter, indem er den Artikel des Grundgesetzes gar soweit deutet, dass der Staat die oben genannte Freiheit sogar gewährleisten muss.<sup>146</sup> Diese Aussage sei mit einem Beispiel aus einem anderen Gebiet, nämlich dem des Theaters, widerlegt:

---

<sup>142</sup> Peter Bofinger: *Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. Eine Einführung in die Wissenschaft von Märkten*, München 2003, S. 174f.

<sup>143</sup> Näheres zur Zensur der beiden Texte finden sich bei Stefan Neuhaus: *Literaturvermittlung*, Wien 2009, S. 109f und S. 166.

<sup>144</sup> Vgl. Hilmar Hoffmann: *Kultur für alle. Perspektiven und Modelle*, erweiterte und aktualisierte Auflage, Frankfurt am Main 1981, S. 41.

<sup>145</sup> Hoffmann: *Kultur für alle*, S. 38.

<sup>146</sup> Vgl. Hoffmann: *Kultur für alle*, S. 44.

Schauspielbühnen werden meist vom Staat subventioniert, da sie alleine den Haushalt nicht stemmen können. Auffällig oft werden die Programme – trotz Kunstfreiheit – aber auf ein bestimmtes Publikum zugeschnitten: Beispielsweise werden mit Vorliebe Dramen inszeniert, die Teil des Schullektürekanons sind. Das heißt, es werden besonders häufig „Klassiker“ aufgeführt, die ein großes „Bildungsbürgertum“ ansprechen und anlocken sollen. Alternativ werden häufig aktuelle Themen aufgegriffen, so etwa im Stuttgarter Schauspielhaus in der Spielzeit 2009/2010 „Glaube, Liebe, Geld“. Ob hier alle Entscheidungen immer nur aus der freiheitlichen künstlerischen Sicht getroffen werden, sei in Frage gestellt. Während „klassische“ Stücke seltener politischen Eingriffen ausgesetzt sind (ein Beispiel hierfür ist das Theaterleben in der DDR), können aktuelle Stücke politisch eher anstößig wirken. Dergleichen interessant im Bereich der Medien ist das Verhalten von Politikern großen Konzernen gegenüber:

Auf der Suche nach Macht, Einfluss, Reputation und Prestige zur Festigung ihrer Karriere scheinen Politikerinnen und Politiker stets darauf bedacht, ihr Verhältnis zu den führenden Medienkonzernen nicht zu belasten und deren unternehmerische Interessen darum nicht zu beschneiden.<sup>147</sup>

Sprich, die Politik versucht mittels Deregulierung ein gutes Verhältnis zu den Medienkonzernen aufzubauen, damit ihr eigenes Bild in den Medien gut vermittelt wird und sie nicht im Konflikt stehen mit deren opulenter Macht. Dies wäre (zumindest im Bereich der Medien) ein Argument für die Unterordnung der Politik gegenüber der Wirtschaft. Auch wenn dies nun für Verlage nicht unbedingt in dem Maße zutrifft wie für Zeitungsverlage oder Rundfunksender, so ist diese Entwicklung dennoch prekär. Heute sind es immer weniger Staaten oder Völkergemeinschaften, die Regulierungen implementieren, vielmehr ist es die Wirtschaft, die zunehmend die Aktivitäten bestimmt, eben auch jene des Staates selbst, zumindest in den westlich orientierten Wirtschaften: „Staaten sind heute in Märkte eingebettet, nicht mehr Märkte in Staaten,“ formuliert dies Manfred Prosching.<sup>148</sup> Die Dominanz der Wirtschaft ist deshalb problematisch, da hinsichtlich der Regulierungen diese nun von der zu regulierenden Einheit selbst entwickelt und durchgesetzt werden. Das Ausschalten der höheren Regulierungsinstanz 'Staat' führt zu einer sich selbst überlassenen und damit sich selbst kontrollierenden Macht.

---

<sup>147</sup> Werner A. Meier, Josef Trappel: *Medienkonzentration*, in: Dieter Klumpp, Herbert Kubicek, Alexander Roßnagel, Wolfgang Schulz (Hrsg.): *Medien, Ordnung und Innovation*, Berlin, Heidelberg, New York 2006, S. 227-247, hier S. 229.

<sup>148</sup> Prosching: *Vermarktlichung*, S. 29.

#### 1.4.1.2. Regulierungen auf dem Buchmarkt

Das vom Staat verordnete Prinzip der Buchpreisbindung lässt den Verlagen bei der Bepreisung von Büchern keine Spielräume im Sinne von Nachlässen oder Rabatten. Dieser Mechanismus gilt somit als Regulierung, denn der Wettbewerbsfaktor Preis wird dadurch fast gänzlich ausgeschlossen. So liegt der monetäre Aufwand, den der Nachfrager erbringen muss, für ein Taschenbuch bei rund zehn Euro (meist werden auf Grund psychologischer Wirkung Preise bei 9,90 Euro festgesetzt), für Hardcover bei etwa 25 Euro.

Neben der Preis- ist die Mengenregulierung der am häufigsten eingesetzte Parameter. Eine staatlich verordnete Obergrenze für Bücher, wie sie etwa im heutigen China existiert, gibt es in Deutschland und dem angelsächsischen Raum nicht. Das Effizienzdenken in den Betrieben reicht aus, dass keine unverhältnismäßige Auflagenhöhen zustande kommen; mit dem Gegenteil haben zahlreiche Autoren zu kämpfen: Von vielen Büchern werden nur wenige Exemplare gedruckt.

Als Regulierungsinstrument kann ebenfalls die Trendschaffung im Sinne der Timing-Strategie betrachtet werden. Das Besondere an solchen Trends bleibt ihre Diffusion: Ein Unternehmen legt einen neuen Kurs in der gegenwärtigen Literatur fest, hat dieser eine positive Wirkung auf die Nachfrage, so verfolgen andere Verlage dieselbe Richtung. Dieses Vorgehen entspricht exakt der Politik des Markteintritts im Rahmen der Timing-Strategie, wobei das erste Unternehmen die Position des Pioniers übernimmt, alle weiteren dann die der Folger.<sup>149</sup> Die Timing-Strategie ist auf dem deutschen Buchmarkt die wirkungsvollste, da, wie bereits erwähnt, wegen der Buchpreisbindung über den Preisparameter kaum Nachfrager generiert werden können.

Im Prinzip hat der heutige Markt in westlichen Demokratien alles Politische aus dem Produktions- und Vermarktungsprozess verdrängt. Herbert Grundmann synthetisiert folgendermaßen: „Die perfekte Kommerzialisierung des Buches hebt den Massengeschmack zum Standard, beraubt die Demokratie ihres Regulativs der literarischen Diskussion und schafft Zensur mit ökonomischen Mitteln.“<sup>150</sup> Anzumerken ist hierbei, dass der Staat in seiner Konstitution als Demokratie den entsprechenden Raum und Rahmen zur Diskussion schafft. Jedoch sind es vielmehr die Medien, die zwar durch die Demokratie legitimiert sind (freie Meinungsäußerung), aber eine

---

<sup>149</sup> Vgl. die unterschiedlichen Strategien in: Backhaus: *Industriegütermarketing*, S. 269-272.

<sup>150</sup> Vgl. Grundmann: *Vom Verhältnis des Buchhandels*, S. 139.



literarische Diskussion nicht regulieren. Die Annahme, dass die Literaturkritik Produktion und Rezeption auf dem Buchmarkt reguliert, wird alleine schon durch die häufige Wirkungslosigkeit von Rezensionen ausgehebelt. Ein verstärkter Absatz eines bestimmten Buches stellt sich aber dann ein, wenn das Buch über einen längeren Zeitraum in den Medien präsent ist und diskutiert wird. Das bedeutet, eine bestimmte Anzahl an Rezensionen hat durchaus einen positiven Effekt auf die Nachfrage. Bizarrerweise wird eben jener Effekt überwiegend von Großverlagen erzielt. Daraus lässt sich schließen, dass der Verlag ein bestimmtes Maß an Einfluss auf die Rezeption und Rezension hat.

#### 1.4.2. Marktkonformität

##### 1.4.2.1. Definition

Ebenso wie die Regulierung gilt die Marktkonformität auch als staatliche Maßnahmen, die „mit der marktwirtschaftlichen Ordnung vereinbar sind und das Zusammenwirken von Angebot und Nachfrage am Markt nicht behindern, sondern begünstigen, z.B. Gesetze, die den Wettbewerb sichern sollen.“<sup>151</sup>

Konformität entsteht aus Regulierung: Ein eingeschränkter Wettbewerb verhindert Innovationen, somit erreichen die Unternehmen in ihren Produkten nur einen gewissen Standard, über den hinaus es keine Absatzmöglichkeiten gibt, da dieser durch rechtliche und/oder staatliche Vorschriften ausgeschlossen ist. Nur durch eine strikte Deregulierung und Privatisierung der Märkte, kann es zu einer Diversifizierung im Bereich des Produktes, des Marktes und der regionalen Verfügbarkeit kommen.<sup>152</sup>

##### 1.4.2.2. Marktkonformität auf dem Buchmarkt

Die entartete Form der Massenkultur ist die schändliche Wiederholung: wiederholt werden die Inhalte, die ideologischen Schemata, die Verkleisterung der Widersprüche, aber die oberflächlichen Formen werden variiert: ständig neue Bücher, Sendungen, Filme, verschiedene Stories, aber immer derselbe Sinn.<sup>153</sup>

Roland Barthes' Aussage über die Massenkultur und die Wiederholung des immer Gleichen kommentiert das Prinzip der Konformität: Allerdings ist dieses nicht mehr

---

<sup>151</sup> O. V.: [Art.]Regulierung, in: *Duden Wirtschaft von A bis Z. Grundlagenwissen für Schule und Studium, Beruf und Alltag*, Mannheim <sup>2</sup>2004, S. 143f., hier S. 143.

<sup>152</sup> Meier, Trappel: *Medienkonzentration*, S. 233.

<sup>153</sup> Roland Barthes: *Die Lust am Text*. Aus dem Französischen von Traugott König, Frankfurt am Main 1990, S. 63.

lediglich auf die inhaltliche Ebene beschränkt, auch die „oberflächlichen Formen“ werden einander angeglichen. Zwar erscheinen unterschiedliche Bücher, doch besteht hierin nicht nur eine Homogenisierung der inhaltlichen Geschehnisse, auch die Gestaltung, die Präsentation und Verbreitung wird vereinheitlicht.

Vor allem auf dem deutschen Buchmarkt ist zu beobachten, dass sich die Programme unterschiedlicher Verlage immer ähnlicher werden. Die Bücher werden „was ihr Aussehen, ihren Inhalt und ihren Stil angeht“<sup>154</sup> aneinander angepasst. Insgesamt findet somit eine Homogenisierung statt, die sich nicht allein auf den nationalen Raum beschränkt. Denn das Gegenteil soll erreicht werden: eine Vergrößerung der Reichweite. Bücher sollen international vermarktet werden, Adaptionen als Hörspiel oder Film etwa weltweiten Erfolg einbringen. Angesetzt wird dabei an Inhalt und Form: Beide Komponenten sollen einen möglichst großen Nachfragerkreis ansprechen, der sich in vielen Kulturen findet. Sprachlich sollte das Buch relativ einfach geschrieben sein, damit es schnell und effektiv in zahlreiche Sprachen übersetzt werden kann.

Eine Produktkonformität ist vor allem im Bereich der Unterhaltungsliteratur immer stärker wahrzunehmen. Die Bücher werden sich in Inhalt, Form und Aussehen immer ähnlicher, der gesamte Buchmarkt unterliegt einer Homogenisierung. Die Masse verlange solche Bücher, ist das Argument, das eine Unterdrückung der kritischen Auseinandersetzung provoziert. Ebenfalls kann der oft genannte Aspekt der „Ausgewogenheit“<sup>155</sup> als Euphemismus für den Begriff der internen Zensur gedeutet werden, da hierdurch eine scheinbare Legitimierung der Unterschlagung oder des Verbots bestimmter Meinungen, Themen oder Stile vollzogen wird.

#### 1.4.3. Deutschland: Soziale Marktwirtschaft

##### 1.4.3.1. Das System der sozialen Marktwirtschaft

Die deutsche Wirtschaft funktioniert seit der Mitte des 20. Jahrhunderts als soziale Marktwirtschaft. Damit nimmt sie eine Mittelposition zwischen der freien und der sozialistischen Marktwirtschaft ein. Die Funktion eines Ordners übernimmt der Staat, der bei Bedarf regelnd eingreift. Die soziale Marktwirtschaft geht als Basis von der freien Marktwirtschaft aus, schränkt dieses Konzept aber mittels Regulierungen ein.

---

<sup>154</sup> Sigrid Löffler: *Literaturen, Literaturkritik und Leser um 2000*, in: Evi Zemanek, Susanne Krones (Hrsg.): *Literatur der Jahrtausendwende. Themen, Schreibverfahren und Buchmarkt um 2000*, Bielefeld 2008, S. 435-445, hier S. 440.

<sup>155</sup> Vgl. hierzu auch Jan Thorn-Prikker: *Zensur! Zensur?* In: Heinz Ludwig Arnold (Hrsg.): *Literaturbetrieb in der Bundesrepublik Deutschland. Ein kritisches Handbuch*, 2. völlig veränderte Auflage, München 1981, S. 260-283, hier S. 270.

Dies geschieht hauptsächlich aus dem Grund, dass Monopolbildung verhindert werden soll, damit ein freier Wettbewerb möglich ist. Ähnlichkeit hat dieses Anliegen mit der Prämisse des freien Wettbewerbs in der freien Marktwirtschaft.

Das System der Marktwirtschaft im Allgemeinen wird folgendermaßen definiert:

Das Funktionieren einer reinen Marktwirtschaft setzt [...] die Existenz eines Eigentumsrechtes, Erbrechtes usw. voraus. Weiterhin ist offensichtlich, daß die erforderliche Rechtsordnung Vorschriften gegen Verletzungen ihrer Normen wie durch Diebstahl oder Betrug enthalten muß, wenn sie funktionieren soll.<sup>156</sup>

Hieraus wird ersichtlich, dass bestimmte Normen und Gesetze das soziale und wirtschaftliche Leben regeln müssen. Die Betonung des Eigentums differenziert die Marktwirtschaft von Wirtschaftssystemen mit kollektivistischer Ausrichtung, zum Privateigentum tritt das Attribut der dezentralen Planung und Koordination.

Ein elementarer Grundsatz der Marktwirtschaft besteht darin, dass sie „auf normativen und institutionellen Grundlagen [beruht], die Märkte nicht selbst hervorbringen.“<sup>157</sup> Das bedeutet, eine weitere Instanz muss die Regeln des Marktes setzen und kontrollieren: Der Staat als wirkende Macht ist in der sozialen Marktwirtschaft ein notwendiges Element. Primär sollte er als „Sicherungsinstitution individueller Freiheitsrechte“<sup>158</sup> fungieren. Gleichzeitig werden die persönlichen Entscheidungsmöglichkeiten multipliziert, da eine Wahlfreiheit zwischen verschiedenen Produkten unterschiedlicher Hersteller existiert.

Der Staat greift in der Marktwirtschaft lediglich ordnungspolitisch ein, er gibt Gesetze und Wettbewerbsregeln vor, die sozusagen als Spielregeln dienen und den Handel regeln. Daneben und zur „Sicherstellung der institutionellen Grundlagen der Marktwirtschaft, ist die Politik darüber hinaus gefordert, funktionsfähigen Wettbewerb [...] sicherzustellen.“<sup>159</sup> Das heißt, die Politik liefert die Voraussetzungen für eine funktionierende Wirtschaft.

Ferry Stocker macht die Unverzichtbarkeit des Staates als „Spielleiter“<sup>160</sup> an vier Punkten deutlich: So ist er (1.) dafür zuständig, „den Wettbewerb effektiv durchzusetzen“ und dadurch Monopolbildung zu verhindern. Der Staat muss (2.) über die Einhaltung der Spielregeln wachen; (3.) „bei Asymmetrien auf Märkten gegen die Interessen der starken Marktseite einen wirksamen Schutz der schwachen Marktseite

---

<sup>156</sup> Peter Bernholz: *Grundlagen der Politischen Ökonomie*, 1. Band, Tübingen 1972, S. 13.

<sup>157</sup> Richard Sturn: *Die Grenzen des Marktes – Eine Typologie des Marktversagens*, in: *Jahrbuch Ökonomie und Gesellschaft*. „Alles käuflich“, Jahrbuch 18, Marburg 2002, S. 39-72, hier S. 53.

<sup>158</sup> Ferry Stocker: *Moderne Volkswirtschaftslehre. Logik der Marktwirtschaft*, München 2009, S. 31.

<sup>159</sup> Stocker: *Moderne Volkswirtschaftslehre*, S. 225.

<sup>160</sup> Stocker: *Moderne Volkswirtschaftslehre*, S. 230.

durchsetzen“ sowie (4.) mittels eines Eigentumsrechtes auch die Kosten den entsprechend Verantwortlichen zuordnen.<sup>161</sup>

Die soziale Marktwirtschaft konstituiert sich einerseits aus einem freien Markt, andererseits beinhaltet sie auch einen sozialen Ausgleich. Damit unterscheidet sie sich erheblich von der vor allem in den USA praktizierten freien Marktwirtschaft, wo eine soziale Absicherung bisher kaum vorhanden ist. Das System in Deutschland kann auch unter dem Begriff des Ordoliberalismus subsumiert werden, da hier ein Rahmen aus Regeln und Gesetzen das ökonomische Handeln bestimmt.

### 1.5. Kritiker und Rezension

Im Jahr 2004 gab es in Deutschland 2.771 Buchverlage und 5.121 Buchhandlungen. Der Markt für die Leser ist also groß, an Auswahl und Menge von Büchern herrscht kein Mangel. So gab es 2005 89.869 Neuerscheinungen, wovon etwa ein Viertel (25,5 Prozent) der Belletristik zugeordnet wird.<sup>162</sup> Orientierungshilfe für den Leser sollten hierbei unter anderem Literaturkritiker leisten, die eine Vorauswahl treffen und diese bewerten sollen. Die Zahl der Rezensionen, die täglich dem Konsumenten entgegentreten, liegt bei etwa 40 (so zumindest die Zahl für das Jahr 2000).<sup>163</sup> Das heißt bei einer Jahresproduktion zwischen 10.000 und 15.000 Rezensionen etwa, dass nur ein Bruchteil aller Neuerscheinungen besprochen wird. Ob diese Informations- und Wertungsflut dem Leser wirklich Orientierungshilfe bietet, ist zweifelhaft. Wenn Rezensionen aber nicht dem Leser dienen, welche Funktion haben sie dann?

Explikationen und Spezifizierungen der Aufgabenbereiche der Literaturkritik sind zahlreich: Die Literaturkritik gilt als „ein Produkt der Autonomisierung des literarischen Feldes“. <sup>164</sup> Unabhängig von Staat und Kirche wurde die Literatur am Anfang des 19. Jahrhunderts, autonom wurden dadurch auch die Meinungsbilder und Deutungsmuster, die der Kritiker äußern durfte. Die Literaturkritik in Deutschland hat sich seit dem Ende der Nazi-Herrschaft gewandelt. Im Mittelpunkt des Bewertungsspektrums stand seitdem

---

<sup>161</sup> Stocker: *Moderne Volkswirtschaftslehre*, S. 230f.

<sup>162</sup> Vgl. Bodo Plachta: *Literaturbetrieb*, Paderborn 2008, S. 77.

<sup>163</sup> Vgl. Plachta: *Literaturbetrieb*, S. 90.

<sup>164</sup> Joseph Jurt: *Literaturkritik als Vermittlungsinstanz zwischen Autor und Leser*, in: Fritz Nies, Bernd Kortländer (Hrsg.): *Literaturimport und Literaturkritik: das Beispiel Frankreich* (TRANSFER, Düsseldorf Materialien zur Literaturübersetzung 9), Tübingen 1996, S. 81-91, hier S. 81.

vor allem die gesellschaftliche Relevanz der Literatur.<sup>165</sup> Somit galt die 'engagierte Literatur' als lesens- und empfehlenswert. Fokussiert wurden damit gleichzeitig die inhaltlichen Aspekte eines literarischen Werkes, in den Hintergrund rückten formale und stilistische Kriterien.

Thomas Anz definiert die Literaturkritik folgendermaßen: Sie „meint heute in der deutschsprachigen Kultur meist die informierende, interpretierende und wertende Auseinandersetzung mit vorrangig neu erschienener Literatur und zeitgenössischen Autoren in den Massenmedien.“<sup>166</sup> Stefan Neuhaus fügt ein viertes Bestimmungselement hinzu, nämlich jenes der Unterhaltung.<sup>167</sup>

Die Literaturkritik soll über das subjektive Urteil des Kritikers hinausreichen, er soll auf der Basis einer wissenschaftlichen Methodologie seine Bewertung darbieten, so Rita Klauser. Welche Methodologie allerdings die anzuwendende ist, darauf geht sie nicht ein.<sup>168</sup> Das eigentliche Ziel der Literaturkritik ist „das Erkennen des dichterischen Werkes, seine möglichst adäquate Erfassung, die öffentliche Feststellung seines Wesens und seiner Gestalt“<sup>169</sup>. Von einer Wertung wird bei dieser Explikation abgesehen. Doch bildet dieser Punkt ein wichtiges Unterscheidungsmerkmal in Hinblick auf die Literaturwissenschaft, die interpretativ und ohne eigentliche Wertung arbeitet. Eine Wertung ist hierbei insofern zu beobachten, dass bereits durch Selektion einzelner Werke, Autoren oder Themen eine Wertung ex negativo der nicht in Betracht gezogenen Texte stattfindet.

Der Argumentation von Walter Hinck folgend, existieren zwei verschiedene Arten der Literaturkritik und zwar „eine, die den Literaturprozess zu lenken und zu kanalisieren versucht, und eine andere, die ihn nur durchsichtig machen, ihm zur Selbstklärung helfen will – eine Normen setzende und eine Individualität achtende, liberale Literaturkritik.“<sup>170</sup> Im Prinzip unterscheidet Hinck hier zwischen einer wertenden und einer rein beschreibenden Literaturkritik. Beide haben als Basis den Leser vor Augen,

---

<sup>165</sup> Vgl. hierzu Gunther Nickel: *Krise der Literaturkritik. Historische Dimensionen eines aktuellen Themas*, in: ders. (Hrsg.): *Kaufen! statt Lesen! Literaturkritik in der Krise?* Göttingen 2005, S. 5-19, hier S. 6.

<sup>166</sup> Thomas Anz: *Theorien und Analysen zur Literaturkritik und zur Wertung*, in: Thomas Anz, Rainer Baasner (Hrsg.): *Literaturkritik. Geschichte – Theorie – Praxis*, München 2004, S. 194-219, hier S. 194.

<sup>167</sup> Vgl. Neuhaus: *Literaturvermittlung*, S. 229.

<sup>168</sup> Rita Klauser: *Die Fachsprache der Literaturkritik. Dargestellt an den Textsorten Essay und Rezension* (Leipziger Fachsprachen-Studien Bd. 3), Frankfurt am Main u. a. 1992, [zugl. Leipzig Univ. Diss. 1987], S. 39.

<sup>169</sup> Günter Blöcker: *Literaturkritik*, in: ders., Friedrich Luft, Will Grohmann, H. H. Stuckenschmidt: *Kritik in unserer Zeit. Literatur – Theater – Musik – Bildende Kunst*. Mit einem Vorwort von Karl Otto, Göttingen 1960, S. 5-27, hier S. 15.

<sup>170</sup> Walter Hinck: *Der Literaturkritiker – nicht Vormund, sondern Partner des Autors*, in: Franz Josef Görtz, Gert Ueding: *Gründlich verstehen. Literaturkritik heute*, Frankfurt am Main 1985, S. 62-72, hier S. 62.

dem sie ein Buch empfehlen oder davon abraten, einzig die Art und Weise der Ausführung unterscheiden sich.

Neben der Buchkritik existiert noch die Buchbesprechung, die einen „weitaus geringeren theoretischen und ästhetischen Anspruch“<sup>171</sup> hat als die eigentliche Kritik. Sie dient damit vor allem der Information und enthält durchaus weniger oder gar keine Wertung des besprochenen Textes. Diese fehlende Bewertung wird gerne auch durch eine Überschrift wie etwa 'Buchtipps' ersetzt, womit eine eigentlich positive Empfehlung bereits indirekt impliziert wird.

Unter Literaturkritik wird folglich die Bewertung und Einordnung von Literatur verstanden, die ein Kritiker (d. i. ein Sachkundiger der Literatur) in einer Rezension vorbringt. Rezensionen basieren überwiegend auf Meinungen einzelner Personen. Die Kritik kann schriftlich oder mündlich dargebracht werden. Im Allgemeinen, so ist noch anzumerken, ist der Status der Literaturkritik schwierig zu bestimmen: Einerseits gilt sie als Produkt des Feuilletons, wobei sie als momentane Fixierung der Gegenwartsliteratur und ihrer Qualität funktioniert, andererseits gilt die Literaturkritik neben ihres informativen Inhalts auch als eigene Kunst.<sup>172</sup>

Je nach Publikum (das bedeutet in diesem Fall Erscheinungsort, also etwa Tageszeitung oder Fachzeitschrift) fallen die Besprechungen höchst unterschiedlich aus. Denn während mit einer Tageszeitung zahlreiche Personen unterschiedlichsten Bildungs-, Berufsstandes oder Herkunft angesprochen werden sollen, ist das Fachpublikum meist stark spezialisiert. Beide Gruppen haben allerdings spezifische Erwartungen an die Rezension. Dem allgemeinen Publikum (und damit überwiegend dem allgemeinen Leser, wie er einer archetypischen Definition entspricht) gefallen kurze Inhaltsangaben, die ein Buch mit besonderer Spannung oder Unterhaltung versprechen. Dahingegen wird von Zeitschriften wie etwa *Literaturen*, der *New York Review of Books* oder dem *Times Literary Supplement* erwartet, dass die Kritiken länger und spezifischer, auch signifikant wertender ausfallen.

Insgesamt werden mittlerweile immer kürzere Wertungen oder Meinungen zu Texten verlangt, viele Leser erwarten keine großen Ausführungen oder Interpretationsansätze mehr, sondern verlassen sich ganz auf ein prägnantes Urteil. Das Vertrauen, das dem Rezensenten dabei entgegengebracht wird, ist groß, denn schließlich reichen wenige

---

<sup>171</sup> Klausen: *Die Fachsprache der Literaturkritik*, S. 29.

<sup>172</sup> So schreibt Walter Hinck: „Schon in der Goethezeit, und das nicht nur bei Karl Philipp Moritz oder Friedrich Schlegel, ist der Gedanke lebendig, daß Interpretation von Kunst und Literaturkritik, sollen sie ihrem Gegenstand vollauf gerecht werden, selbst zur Kunst werden müssen.“ Walter Hinck: *Der Literaturkritiker als Sansculotte?* In: ders.: *Germanistik als Literaturkritik. Zur Gegenwartsliteratur*, Frankfurt am Main 1983, S. 11-14, hier S. 14.

Zeilen aus, um etwa den Zeitungsläser von der Wertigkeit eines bestimmten literarischen Textes zu überzeugen. Nur die wesentlichen Informationen genügen anscheinend, um ein Buch anzupreisen. Damit einhergehend sieht Hans Magnus Enzensberger gar den Tod des klassischen Kritikers:

Er [der Kritiker, S. B.] ist von der gesellschaftlichen Bühne abgetreten, weil er nicht mehr gebraucht wird; weil die Literatur, von der er sprach, ihrerseits ihre übergreifende Bedeutung eingebüßt hat. Die Literatur ist frei, aber sie kann die Verfassung des Ganzen weder legitimieren noch in Frage stellen; sie darf alles, aber es kommt nicht mehr auf sie an. Unter diesen Umständen läuft die Militanz des klassischen Kritikers leer; seine langfristigen Strategien wirken anachronistisch; sein Einfluss verdunstet in der Indifferenz eines pluralistischen Marktes, dem der Unterschied zwischen Dante und Donald Duck Jacke wie Hose ist, seine Autorität wird nicht einmal mehr angefochten.<sup>173</sup>

Enzensberger definiert auch einen Ersatz, der die Lücke des Kritikers schließt und seine Aufgaben in abgewandelter Form und Ausprägung übernimmt:

Lapidare Textsorten ersetzen die Rezension: der Klappentext, der Buch-Tip, die Bestseller-Liste, der Werbespot. An die Stelle des Rezensenten, der immer noch liest und schreibt, obwohl ihm weder das eine noch das andere gelingen will, treten andere Zirkulationsagenten, denen diese Qual erspart bleibt, als da sind: Medienkontakter, Showmaster, Videodesigner – Leute, die instinktiv erkannt haben, was das Störende, das eigentlich Lästige am Literaturgeschäft ist, nämlich der Text, das Buch, die Literatur.<sup>174</sup>

Die meisten Rezensionen sind auf einen prototypischen Leser hin ausgerichtet, dieser „möchte in der Regel kurz und knapp informiert werden, dazu möglichst auf unterhaltsame Weise.“<sup>175</sup> Das Feuilleton richtet sich an den Wünschen des Lesers aus, was dazu führt, dass immer häufiger kurze Rezensionen oder ein schneller Buchtipp zu finden sind, anstelle einer längeren, differenzierteren Buchbesprechung. Bei der Auswahl der zu rezensierenden Bücher gehen die Kritiker – so sie denn die freie Wahl haben – meist nach einem bestimmten Schema vor. Sie wählen die Bücher aus, deren Verfasser sie bereits kennen (und mögen), die ihnen schon aus anderen Medien bekannt sind oder von denen sie sich eine große Resonanz beim Publikum erhoffen.<sup>176</sup>

Da die Rezensenten sich auf ihre Expertenposition beziehen, um die Leser von ihrer Meinung zu überzeugen, sehen einige Beobachter darin eine Entmündigung der Leser, weil keine eigene Meinungsbildung forciert wird, sondern lediglich eine bereits

---

<sup>173</sup> Hans Magnus Enzensberger: *Rezensenten-Dämmerung*, in: ders.: *Mittelmaß und Wahn. Gesammelte Zerstreuungen*, Frankfurt am Main 1988, S. 53-60, hier S. 55f.

<sup>174</sup> Enzensberger: *Rezensenten-Dämmerung*, S. 59.

<sup>175</sup> Kammann: *Grenzgänger zwischen den Sprachräumen*, S. 15.

<sup>176</sup> Vgl. hierzu auch Thomas Beckermann: *Kritiker – Lektor – Autor*, in: *Über Literaturkritik. Text + Kritik. Zeitschrift für Literatur* Nr. 100, Oktober 1988, S. 77-81, hier S. 78.

vorgefertigte, scheinbar legitim gültige aufgestülpt und übernommen wird.<sup>177</sup> Kritisiert wird dabei der Ablauf der Kommunikation, da Literaturkritik primär von einer Art Instanz mit gewissem intellektuellem Hintergrund produziert wird.

In der Forschung ist verstärkt zu vernehmen, dass die Literaturkritik gegenwärtig ihr eigentliches Aufgabenfeld verlassen hat, das heißt, dass sie nicht mehr über Literatur urteilt, sie nicht mehr im eigentlichen Sinne kritisch bewertet.<sup>178</sup> Im Gegensatz gibt die Kritik ein kurzes Statement zu einem Titel ab, das keinerlei Begründung für dieses Urteil verlangt, sondern ein rein subjektives Geschmacksempfinden toleriert, ja gar unterstützt und fordert. Dabei werden die Rezensionen immer stärker verknüpft und inhaltlich vereinfacht. Interpretationsvorschläge werden höchst selten unternommen, ersetzt wird die eigentliche Kritik durch eine knappe Empfehlung, einem Expertentipp, der sich nicht durch Urteilsbegründungen legitimieren muss. Übrigens verlangen einige Stimmen, dass die Literaturkritik „einen Gegenkanon zu den gängigen Bestsellerlisten aufstellen“<sup>179</sup> sollte. Das bedeutet, dass sie Werke diskutieren und besprechen sollte, die nicht dem allgemeinen Massengeschmack entsprechen, sondern einen weiteren literarischen Anspruch haben.

Thomas Anz macht darauf aufmerksam, dass die Verlagswerbung die Literaturkritik subventioniert, da eine Abhängigkeit zwischen beiden bestehe:<sup>180</sup> Zeitungen und Zeitschriften sind finanziell auf die Anzeigenschaltung von Verlagen angewiesen, diese benötigen wiederum Rezensionen und Kritiken, damit ihre Bücher eine stärkere Nachfrage erleben. Verlage nutzen auch die Rezensionen erneut, um sie für eigene Werbezwecke umzugestalten: Zitate zu einem bestimmten Buch von bekannten Kritikern werden nicht nur dann benutzt, wenn die Rezension positiv ausfiel, auch bei Verrissen werden die Aussagen entsprechend umgeformt und auf die Buchumschläge gedruckt.<sup>181</sup> Weiter nennt Anz sieben Punkte, die in einer Rezension vorkommen (können):

- (1) biographische Informationen über den Autor (wenn diese nicht als allgemein bekannt vorausgesetzt sind), (2) Informationen über vorangegangene Werke des Autors und Vergleiche mit ihnen, (3) Informationen über bisherige Einschätzungen des Autors, deren Bestätigung oder Modifikation, (4) Vergleiche des Werkes mit Werken anderer

---

<sup>177</sup> Vgl. hierzu Norbert Mecklenburg: *Die Rhetorik der Literaturkritik. Ein Gedankengang mit Vorschlägen zur Praxis*, in: Jörg Drews (Hrsg.): *Literaturkritik – Medienkritik*, Heidelberg 1977, S. 34-48, hier S. 42.

<sup>178</sup> Vgl. Sigrid Löffler: *Die versalzene Suppe und deren Köche. Über das Verhältnis von Literatur, Kritik und Öffentlichkeit*, in: Wendelin Schmidt-Dengler, Nicole Katja Streitler (Hrsg.): *Literaturkritik. Theorie und Praxis*, Innsbruck, Wien 1999, S. 27-39, hier S. 27f.

<sup>179</sup> Vgl. Löffler: *Die versalzene Suppe und deren Köche*, S. 38.

<sup>180</sup> Anz: *Theorien und Analysen zur Literaturkritik und zur Wertung*, S. 206.

<sup>181</sup> Vgl.: Anz: *Theorien und Analysen zur Literaturkritik und zur Wertung*, S. 207.



Autoren, (5) Informationen über Inhalt, Thema, Form, Sprache, Intention oder auch Aufmachung des Buches, (6) Bewertung des Textes oder auch (7) selbstreflexive Aussagen über die eigene Machart und Problematik.<sup>182</sup>

Ersichtlich ist hieraus, dass die Autorperson wichtiger ist als der Text (allein schon die beginnende Aufzählung bei biografischen Elementen steht dafür), da lediglich die Punkte (5) und (6) sich explizit auf den Text beziehen. Ebenfalls auffällig ist, dass Anz zufolge der Text nicht als einzelnes Werk, sondern immer in Relation zu anderen Texten steht, dass eine losgelöste, unabhängige Bewertung somit als nicht möglich erachtet wird. Gerne werden in Rezensionen Aussagen des Schriftstellers zu seinem eigenen Werk aufgenommen, dies erhöht augenscheinlich die Authentizität und verringert die Distanz zwischen Autor und Leser.

Damit Bücher überhaupt rezensiert werden, müssen sie die Aufmerksamkeit des Kritikers wecken. Meist geschieht dies durch die Bekanntheit des Autors und der des Verlags. Kleine Verlage, die Bücher unbekannter Autoren veröffentlichen, werden deshalb seltener rezensiert.<sup>183</sup> Dazu kommt die Kurzlebigkeit auf dem Buchmarkt: Bücher, die sich nicht verkaufen verschwinden bereits nach wenigen Wochen wieder aus den Regalen. In den USA ist es auch üblich, den Kritikern vorab (unfertige) Versionen eines neuen Romans zukommen zu lassen, sogenannte 'advance reading copies'.<sup>184</sup> Dadurch soll einerseits eine frühere Urteilsbildung provoziert werden, andererseits kann sich der Verlag im Falle vernichtender Kritiken noch rechtzeitig umgekehrt entscheiden und das Buch nicht publizieren.

Rezensiert werden, wie gesagt, nur wenige Neuerscheinungen, und davon auch nur aktuelle. Werden also nicht gleich mit Erscheinen Besprechungen lanciert, dann wird das Buch von der Kritik gar nicht mehr wahrgenommen. Diese Schnelllebigkeit betrifft nicht nur einzelne Bücher, sondern ganze Inhalte: Ist ein Thema „in den Köpfen der Kritiker heimisch geworden“<sup>185</sup>, wird es relativ schnell wieder fallen gelassen. Somit buhlen Verlage nicht nur um die Gunst ihrer Leser, sondern auch um die der Kritiker. Der Versand von Rezensionsexemplaren wird in der Forschungsliteratur häufig als

---

<sup>182</sup> Anz: *Theorien und Analysen zur Literaturkritik und zur Wertung*, S. 218.

<sup>183</sup> Vgl. Peter Gente: „Du hast keine Chance, nutze sie!“, in: Fritz Nies, Bernd Kortländer (Hrsg.): *Literaturimport und Literaturkritik: das Beispiel Frankreich* (TRANSFER, Düsseldorfer Materialien zur Literaturübersetzung 9), Tübingen 1996, S.64-67, hier S. 65.

<sup>184</sup> Alberto N. Greco, Clara E. Rodriguez, Robert M. Wharton: *Commercial and Scholarly Book Publishing*, in: dies. (Hrsg.): *The Culture and Commerce of Publishing in the 21<sup>st</sup> Century*, Stanford 2007, S. 36-81, hier S. 43.

<sup>185</sup> Heinrich von Berenberg: *Geschäft und Kritik. Bemerkungen aus dem Verlagsalltag*, in: Fritz Nies, Bernd Kortländer (Hrsg.): *Literaturimport und Literaturkritik: das Beispiel Frankreich* (TRANSFER, Düsseldorfer Materialien zur Literaturübersetzung 9), Tübingen 1996, S.53-57, hier S. 53.

Öffentlichkeitsarbeit verstanden.<sup>186</sup> Damit ist dieses Verfahren ein Instrument des Marketings (im Rahmen der Kommunikationspolitik, die neben der Öffentlichkeitsarbeit (PR) auch Werbung und Verkaufsförderung umfasst), was auch bedeutet, dass die Rezensionsexemplare gezielt verschickt werden, um möglichst weitreichende und zielgruppenspezifische Nachfrager zu treffen. Denn eine Kritik in einer großen, überregionalen Zeitung (*Die Zeit*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Süddeutsche Zeitung*, *Die Welt* aber auch *Brigitte*) erreicht einen größeren Kundenkreis als eine regionale Zeitung. Somit sind Rezensionen ein äußerst wichtiges Instrument, wenn es darum geht, ein Buch 'verkaufsfähig' zu machen.

Auch sind die Verlage bemüht, einen regen Kontakt zu oder eine positive Bindung mit einem Kritiker zu halten. Des Weiteren muss das Buch auch vom Kritiker wahrgenommen werden, in dem Sinne, dass er es überhaupt liest und anschließend rezensiert. Mehrere Rezensionsexemplare landen täglich auf dem Schreibtisch eines Journalisten; dass er alle liest geschweige denn rezensiert, ist unmöglich. Dem Buch als Rezensionsexemplar liegt stets eine Produktbeschreibung (der sogenannte 'Waschzettel') bei, der nicht nur die wesentlichen Aspekte des Textes zusammenfasst oder Hinweise zur Vita des Autors gibt, sondern auch eine Hilfestellung zum Abfassen der Kritik sein soll.<sup>187</sup> Dem Kritiker wird also bereits präsentiert und vorgegeben, was und wie er über das Buch schreiben könnte. Von einer unabhängigen Meinungsbildung kann hier folglich nur begrenzt die Rede sein. Die Praxis, die Zusammenfassung des Waschzettels zu kopieren oder zu übernehmen, ist bei Kurzrezensionen nicht unüblich. Auch bei kleineren Zeitungen ist diese Handhabung gängig.

Günter Blöcker konstatiert, dass es in Deutschland zwar Kritiker gibt, eine Kritik aber fehlt.<sup>188</sup> Er rügt neben dem Mangel einer Institution 'Kritik' auch, dass eine unabhängige Kritik in der BRD nicht zugegen sei. Kritiker seien stets dem Urteil vorangegangener, im sozialen Ansehen höher eingestufte Rezensenten verhaftet, eine unabhängige, losgelöste Meinung zu einem Buch sei schwer möglich und würde von den Lesern nicht wahrgenommen werden. Obwohl sein Urteilsspruch schon zwanzig Jahre zurückliegt, hat er nicht an Relevanz verloren. Der Kritikerbetrieb ist ein undurchsichtiges Gewebe, in dem die öffentliche Meinung der Leser eine herausragende Rolle spielt. Das führt dazu, dass sich Kritiker profilieren müssen, dass sie sich inszenieren müssen, um eine gewisse Aufmerksamkeit beim Publikum erregen zu können.

---

<sup>186</sup> Vgl. Breyer-Mayländer, Huse, von Koenigsmarck, Münch: *Wirtschaftsunternehmen Verlag*, S. 152.

<sup>187</sup> Vgl. Breyer-Mayländer, Huse, von Koenigsmarck, Münch: *Wirtschaftsunternehmen Verlag*, S. 152.

<sup>188</sup> Vgl. Blöcker: *Literaturkritik*, S. 13.

Bedeutend ist die Aussage von Roland Barthes, „den Kritiker rechtfertigt nicht die Bedeutung des Werkes, sondern die Bedeutung dessen, was er darüber sagt.“<sup>189</sup> Daraus lässt sich ableiten, dass der Kritiker seinen eigenen Ruf, sein Image und damit seinen Stand in der (literarischen) Gesellschaft selbst schafft, sich selbst aufbaut. Er funktioniert dabei nicht anders als eine reguläre Marke, deren Image ja auch nicht durch den Kunden/Rezipienten entsteht, sondern vorgefertigt einem bestimmten Schema folgend den Kunden präsentiert wird. Dadurch hat der Kritiker auch selbst Einfluss auf sein Bild in der Gesellschaft. Zusätzlich wird durch die Selektion der zu besprechenden Werke, Art und Ausmaß des (Wert-)Urteils und die Präsentation in einer bestimmten Form das Image des Kritikers spezifiziert. Alle diese Punkte liegen überwiegend in der Macht und Entscheidungsfreiheit der Person des Kritikers, damit kann er eigenmächtig über eben jenes Bild entscheiden und verfügen.

Der Kritiker selbst rückt also – ähnlich wie der Autor – immer mehr in den Mittelpunkt des Interesses: Rezensionen von Marcel Reich-Ranicki gelten mehr als die eines unbekannten Journalisten. Er

hat dabei [durch seine Rezensionen, S. B.] nicht nur Einfluß auf Verlegergeschmack und Literaturbetrieb genommen, sondern der Kritik einen neuen Stellenwert in der Gesellschaft zugewiesen, indem er sie konsequent und vorrangig als Gewerbe fasste, als Machtanspruch auf dem Markt.<sup>190</sup>

Dabei setzt er seine eigene Vorstellung und seine Wertungsmaßstäbe an, nach denen er gute von schlechter Literatur trennt. Von qualitativ hochwertigen Texten verlangt er „Zeitgenossenschaft, Überprüfbarkeit der Erfahrung, Ökonomie der Mittel, die Abwesenheit von Langeweile“, weiter soll der Autor Anstoß erregen, das Buch soll „Ärgernis sein, unübersehbares Ereignis.“<sup>191</sup> Doch all diese Attribute sind keineswegs objektiv nachvollziehbar, vor allem das Argument der Abwesenheit von Langeweile kann von Leser zu Leser höchst unterschiedlich ausfallen. Das Verlangen, das Buch möge schockieren, ist gleichzusetzen mit dem Auslösen eines Medienereignisses. Denn Bücher, die ein Ärgernis sind, wie es Reich-Ranicki fordert, führen meist zu Debatten im Feuilleton, was eine exzessive Rezensionsflut auch in regionaleren Zeitungen des Buches auslöst, es folgen Interviews mit dem Autor sowie Auftritte des selbigen in Fernsehsendungen und damit ist dieses Werk in allen Medien präsent.

---

<sup>189</sup> Roland Barthes: *Die Kritik*, in: ders.: *Am Nullpunkt der Literatur. Literatur oder Geschichte. Kritik und Wahrheit*, aus dem Französischen von Helmut Scheffel, Frankfurt am Main 2006, S. 221-228, hier S. 222.

<sup>190</sup> Hugo Dittberner: *Der Mann in der Arena. Über Marcel Reich-Ranicki*, in: *Über Literaturkritik. Text Kritik. Zeitschrift für Literatur* Nr. 100, Oktober 1988, S. 10-22, hier S. 10.

<sup>191</sup> Dittberner: *Der Mann in der Arena*, S. 13.

Stets arbeitet der Kritiker auch für seine Reputation; aufsteigen kann er, indem er etwa als Juror für einen Literaturpreis tätig ist, als Moderator in Literaturhäusern fungiert, die Laudatio auf einen Preisgewinner halten darf oder sich anschließend etwa als geistigen Ziehvater eines bestimmten Schriftstellers betiteln kann. Dabei muss er seinen Platz zwischen zwei Extrempunkten finden: Er „erscheint als Schöpfer und Vernichter literarischer Karrieren.“<sup>192</sup> Allerdings können auch vernichtende Urteile bekannter Kritiker der Karriere des Autors förderlich sein. Als Beispiel wäre hier etwa Martin Walser zu nennen, dessen spätere Werke von Marcel Reich-Ranicki regelrechte verrissen wurden, seine Bücher verkauften und verkaufen sich allerdings dessen ungeachtet sehr gut. Bezeichnend ist, dass Adorno den Kritiker ebenfalls mittels seines „marktmäßigen Erfolg[s]“<sup>193</sup> charakterisiert. Der Kritiker – um als solcher landläufig wahrgenommen zu werden – muss ebenfalls eine bestimmte Frequenz an Medienpräsenz erreichen, denn dies zeichnet seinen Bekanntheitsgrad und damit seinen Erfolg aus. Adorno unterstreicht auch, dass ein literarisches „Sachverständnis [...] nicht primär, sondern allenfalls Nebenprodukt“<sup>194</sup> ist.

Rezensionen dienen vor allem der Orientierung des Lesers, sie sollen neben Hierarchisierung auch Navigation und Thematisierung als Prämissen vorweisen.<sup>195</sup>

Kurz: Sie sollen den Buchmarkt durchdringen, Texte in Kategorien einteilen, die sich in 'gut' und 'schlecht' aufspalten und dabei stets kurze aber informative Hinweise für den nächsten Buchkauf liefern. Die Tätigkeit des Literaturkritikers wird mit einer Gatekeeper-Funktion gleichgesetzt: Sie „verschaffen einen Überblick, informieren und ordnen durch ihre Tätigkeit („gatekeeper“) den immer größer und unübersichtlich werdenden Bereich der Literatur.“<sup>196</sup>

Die Rolle, die der Kritiker bei einer Besprechung inne hat, wird außerdem häufig mit der des Anwalts gleichgesetzt. Dabei kann der Beurteiler zwei unterschiedliche Positionen einnehmen: Er kann entweder als Verteidiger für Autor und Text oder als Ankläger „im Namen der Literatur“ auftreten.<sup>197</sup> Der Kritiker erhält viele Bezeichnungen und Positionen, er wird nicht nur als Anwalt des Lesers gesehen, sondern auch als Erzieher oder Informant. Dabei wird ihm hin und wieder auch die

---

<sup>192</sup> Angelika Machinek: *Wozu Literaturkritik? Empirische und innerbetriebliche Bedeutung von Rezensionen*, in: *Über Literaturkritik. Text + Kritik. Zeitschrift für Literatur* Nr. 100, Oktober 1988, S. 82-88, hier S. 82.

<sup>193</sup> Theodor W. Adorno: *Kulturkritik und Gesellschaft*, in: ders.: *Kulturkritik und Gesellschaft I. Prismen. Ohne Leitbild* (Gesammelte Schriften 10.1), Frankfurt am Main 1977, S. 11-30, hier S. 13.

<sup>194</sup> Adorno: *Kulturkritik und Gesellschaft*, S. 13.

<sup>195</sup> Vgl. Löffler: *Literaturen, Literaturkritik und Leser um 2000*, S. 437.

<sup>196</sup> Plachta: *Literaturbetrieb*, S. 92.

<sup>197</sup> Vgl. hierzu v. a. Oliver Pfohlmann: *Literaturkritik in der Bundesrepublik*, in: Thomas Anz, Rainer Baasner (Hrsg.): *Literaturkritik. Geschichte – Theorie – Praxis*, München 2004, S. 160-191, hier S. 165.

Rolle des Vermittlers zuteil,<sup>198</sup> der zwischen dem undurchsichtigen Buchmarkt und dem Leser agiert, der darum bemüht ist, aus allen Erscheinungen die lesenswertesten herauszufinden und diese dem Leser schmackhaft zu machen. Hinzu kommt, dass der Rezensent immer mehr auch als Förderer des Verkaufs agiert,<sup>199</sup> die Nachfrage nach einem als gut bewerteten Werk fördert. Gleichzeitig werden die Texte, die einer negativen – oder vor allem auch: keiner – Kritik unterzogen werden, weniger bis gar nicht verkauft. Damit hat der Rezensent zugleich auch eine selektierende Funktion, die nicht nur den Leser, sondern viel weit reichend den gesamten Literaturbetrieb beeinflusst. Lob und Tadel lenken den Schreibstil oder die literarische Thematik anderer Schriftsteller, die sich dadurch einen ähnlichen Erfolg wie der Rezensierte erhoffen. Sich dieser Macht bewusst sein und sie richtig einzusetzen ist eine der schwierigsten Aufgaben des Kritikers.

Eine Wandlung des Tätigkeits- und Produktionsfeldes des Kritikers wird gegenwärtig beobachtet:

Der klassische Rezensent, der Definitionsmacht ausübt, Rangordnungen erstellt und Platzverweise ausgibt, werde nicht mehr benötigt; statt dessen verlange das heute in diversen Kulturmilieus und Nischenkulturen zersplitterte Publikum nach einem Hitlisten- und Service-Journalismus, der ihm rasche Orientierung im globalen Warenangebot der Kulturindustrie ermögliche.<sup>200</sup>

Der Leser erwartet keine fundierte, begründete Kritik eines Buches, sondern eine schnelle Empfehlung, die ihn als Person zum Lesen des Buches animiert. Die Wandlung der Rezensionen (lieber kurz und knapp als lang und ausführlich) hängt mit einer generellen Veränderung des Leseverhaltens zusammen: „weg vom Durchleser, hin zum Überflieger, zum Häppchen-Leser, zum Bücher-Zapper.“<sup>201</sup> Ausgehend vom Fernsehen wird das Medienverhalten auch auf das Bücherlesen übertragen. Zu beobachten ist, dass immer weniger Bücher von der ersten bis zur letzten Seite durchgelesen werden, vielmehr werden Seiten oder Kapitel, die uninteressant erscheinen, übersprungen, nur das (augenscheinlich) Wichtige wird gelesen (vgl. hierzu auch Abschnitt 1.6.).

Trotz seines weitreichenden Einflusses ist die Tätigkeit des Kritikers kein geschützter Beruf,<sup>202</sup> was bedeutet, dass jeder zum Kritiker werden kann. Wie die Bewertung auf

---

<sup>198</sup> Vgl. Emily Mühlfeld: *Literaturkritik im Fernsehen* (Innsbrucker Studien zur Alltagsrezeption, Bd. 4 – 2006), Wien 2006 [zugl.: Bamberg, Univ., Diss., 2006], S. 80.

<sup>199</sup> Vgl. Mühlfeld: *Literaturkritik im Fernsehen*, S. 84f.

<sup>200</sup> Pfohlmann: *Literaturkritik in der Bundesrepublik*, S. 185.

<sup>201</sup> Vgl.: Löffler: *Literaturen, Literaturkritik und Leser um 2000*, S. 442.

<sup>202</sup> Vgl. Walter van Rossum: *Bekenntnisse eines skeptischen Übersetzungskritikers*, in: Fritz Nies (Hrsg.): *Literaturimport und Literaturkritik: das Beispiel Frankreich* (TRANSFER Düsseldorf Materialien zur Literaturübersetzung 9), Tübingen 1996, S. 20-25.

den Leser Einfluss nimmt, hängt hauptsächlich von zwei Faktoren ab: erstens die eigene Bekanntheit des Kritikers und zweitens das Renommee und die Reichweite des Mediums, in welchem die Rezension veröffentlicht wird. Kritiker leben also überwiegend von ihrem Ruf.

Sie arbeiten meist unter extremem Zeitdruck: Die zu rezensierenden Bücher werden teilweise vor ihrem Erscheinen in Zeitungen besprochen. Eine Erstbesprechung möglichst von einem renommierten Kritiker erhöht das positive Image einer Zeitung. Dabei existiert in den Feuilletons ein bizarrer Brauch: Erscheint die erste Rezension eines neuen Buches in einer bekannten Zeitung von einem populären Kritiker, so folgen in anderen Zeitungen meist ähnliche Kritiken (eine bewusste Gegenrede als Antwort auf eine Rezension kommt hin und wieder auch vor) – es scheint fast so, als ob sich die Rezensenten gegenseitig beeinflussen lassen.

Die Aussage, dass Rezensionen lediglich eine „Beurteilung der Inhalte“<sup>203</sup> sind, muss um einen wichtigen Punkt ergänzt werden: Mittlerweile – so eine These dieser Arbeit – spielt die Persönlichkeit des Autors eine mindestens genauso große (wenn nicht sogar größere) Rolle wie Inhalt oder Form des besprochenen Textes. Dabei wird die Aufmerksamkeit des Lesers über Form und Inhalt hin zu einer möglichst interessanten Persönlichkeitsdarstellung gelenkt.

Wird ein Buch in einer Literatursendung präsentiert, so geschieht dies häufig durch das Medium des Films (seltener durch eine lediglich mündliche Vorstellung). Bei diesen Beiträgen gilt Folgendes: „Autor und Thema des Buches stehen eindeutig im Vordergrund. Schon bei der Wahl des Gegenstandes folgt der Filmemacher der Frage, wie kameratauglich der Autor, wie aktuell und bildertauglich sein Thema ist.“<sup>204</sup> Der Fokus liegt eindeutig auf der Person des Autors, dem (brisanten) Inhalt, oder eventuell einer Kombination aus beiden Aspekten. Die Leser von Rezensionen und die Zuschauer solcher Literaturmagazine scheinen sich stärker für die Lebensumstände, das Alter, die Tätigkeiten, die privaten Angelegenheiten und Ähnliches des Autors zu interessieren; wichtig ist auch „die Selbsteinschätzung des Künstlers, sowohl was sein Werk wie seine Person betrifft.“<sup>205</sup> Schreibstil oder Sprache im Roman sind dagegen weniger bis überhaupt nicht wichtig. Der Text tritt hinter die Schriftstellerpersönlichkeit zurück,

---

<sup>203</sup> Achim Preuß Neudorf: *Preisbindung und Wettbewerb auf dem deutschen Buchmarkt. Eine Analyse der Wettbewerbssituation unter Berücksichtigung der besonderen Merkmale des Buchmarkts und ihres Einflusses auf Marktstruktur, Marktverhalten und Marktergebnis*, Köln 1999, S. 44.

<sup>204</sup> Hubert Winkels: *Leselust und Bildermacht. Literatur, Fernsehen und neue Medien*, Köln 1997, S. 42.

<sup>205</sup> Edmund Schalkowski: *Rezension und Kritik* (Praktischer Journalismus Band 49), Konstanz 2005, S. 107.

deren Image jedoch oft mit dem Werk in Verbindung steht. Diese Darstellung in den Medien wird für Autoren immer wichtiger:

Mediale (Selbst-)Präsentanz ist für Schriftsteller, insgesamt gesehen, wohl ambivalent: einerseits ist sie potentiell werbetreibend und wahrscheinlich von größerer Wichtigkeit als Kritikerbesprechungen [...], andererseits ist sie oftmals eine unverzichtbare und Kompromisse abverlangende Einnahmequelle neben öffentlichen Lesungen.<sup>206</sup>

Eine ständige Präsenz in den Medien fördert die Formung eines bestimmten Images und kann somit zu den Strategien des Markenaufbaus von Seiten des Verlags gezählt werden. Dass Rezensionen wichtig für den Absatz der Ware Buch sind, betont auch Jörg Drews:

Wenn ein Titel nicht an ein außerliterarisches Thema ankoppelbar, ein Autor nicht in anderem – etwa politisch-zeitgeschichtlichem – Kontext ins Bewußtsein der Leser zu bringen ist, dann steigt die Wichtigkeit von Kritiken, Porträts und Interviews konventionell literaturkritischer Art für die langfristige Durchsetzung eines Titels bzw. eines Autors.<sup>207</sup>

Es muss eine Personalisierung stattfinden, der Autor muss dem Leser 'menschlicher' erscheinen. Dass immer mehr Autoren gezwungen sind, dem Leser ein bestimmtes Bild von sich in den Medien zu präsentieren, scheint eine ausgereifte Marketingstrategie zu sein, fordert aber gleichzeitig den Autoren ein immer neues Image ab. So gilt der Satz, dass Autoren nicht mehr Bücher produzieren, „sondern die Bücher produzieren Massenmarkt-Bestsellerautoren.“<sup>208</sup>

Wie viel Einfluss nun eine Kritik auf den Erfolg eines Buches hat, ist in der Forschung äußerst umstritten: Reich-Ranicki etwa warnt davor, die Abhängigkeit der beiden Komponenten zu überschätzen.<sup>209</sup> Erfahrungsberichte von Verlegern und die Forschung bestätigen, dass Literaturkritiken keinen oder nur wenig messbaren Einfluss auf den Absatz von Büchern haben.<sup>210</sup> Hypothese ist, dass eine einzelne Rezension (und sei sie noch so positiv) keinen Bestseller macht. Erst die Kombination verschiedener Faktoren und eine rege, anhaltende Diskussion in den Medien über ein bestimmtes Buch können eine verkaufsfördernde Wirkung haben. Übrigens versucht der Verlag (beziehungsweise

---

<sup>206</sup> Wolfgang Albrecht: *Literaturkritik*, Stuttgart, Weimar 2001, S. 19 (mit Hervorhebung im Original).

<sup>207</sup> Jörg Drews: *Über den Einfluss von Buchkritiken in Zeitungen auf den Verkauf belletristischer Titel in den achtziger Jahren*, in: Wilfried Barner (Hrsg.): *Literaturkritik – Anspruch und Wirklichkeit. DFG-Symposium 1989*, Stuttgart 1990, S. 461-473, hier S. 463.

<sup>208</sup> Benjamin R. Barber: *Consumed! Wie der Markt Kinder verführt, Erwachsene infantilisiert und die Bürger verschlingt*, München 2007, S. 186.

<sup>209</sup> Vgl. Marcel Reich-Ranicki: *Über Literaturkritik*, Stuttgart, München 2002, S. 68.

<sup>210</sup> Vgl. Gente: *Du hast keine Chance*, S. 67; von Berenberg: *Geschäft und Kritik*, S. 54.

die Presseabteilung) nicht alleine Buchbesprechungen in den Medien unterzubringen. Ebenso sind sie auf Berichte über das Thema des Buches, Interviews mit dem Autor oder Auftritte desselben in Fernsehsendungen bedacht. Alleine die Medienpräsenz von Thema und Autor verweist indirekt immer auf das eigentlich zu verkaufende Gut – das Buch selbst. Eklats und Debatten in Feuilletons werden meist durch Skandale ausgelöst, seien sie inhaltlicher Art – wie etwa bei Roches Buch *Feuchtgebiete* – oder personenbezogen, wie etwa bei der Vergabe der Nobelpreise.<sup>211</sup>

Ob eine Rezension zu den Marketingaktivitäten gezählt werden oder zumindest als verkaufsfördernde Maßnahme gelten kann, ist in der Forschungsliteratur nicht geklärt. Ebenfalls herrscht Uneinigkeit über die Auswirkungen, die Rezensionen auf den Absatz haben. So beklagen manche Verlage, dass einige gute Kritiken in überregionalen Zeitungen keine verstärkte Nachfrage hervorriefen. Teilweise wird der Rezension auch eine Mittelposition eingeräumt: „Zwischen Reklame und Buchlektüre steht die Buchbesprechung in Presse und Rundfunk. Ihr haftet nicht mehr das Odium der Reklame an. Sie wird als objektives Urteil Sachverständiger verstanden, die um der Sache willen von der Sache sprechen.“<sup>212</sup> Eben diese Objektivität gilt es aber in Frage zu stellen. Schließlich werden höchst unterschiedliche Wertungsmaßstäbe in den Rezensionen benutzt, und ebenfalls wirkt der persönliche, subjektive Geschmack mit ein. Von einer objektivierten Äußerung kann somit kaum die Rede sein. Im Gegenteil: Gerade die Persönlichkeit des Kritikers selbst kann den Wert einer Rezension nivellieren. Somit ist auch die Wahrnehmung der Kritik nicht als objektiv zu bezeichnen, sondern als vom einzelnen Leser gefiltert, kategorisiert und eingestuft.

Einig ist sich die Forschung jedoch darin, dass Kritiken in Zeitungen bei Weitem nicht die gleiche Wirkung haben wie eine Buchpräsentation im Fernsehen, die durchaus den Absatz ankurbeln kann.<sup>213</sup> Und auch hier steht nicht eine Wertung im eigentlichen Sinne – also nach bestimmten methodologischen Maßstäben – im Vordergrund, sondern vielmehr Inhalt des Buchs oder die Lebensumstände des Schriftstellers.

Den Aufschwung und die große Resonanz beim Publikum von literarischen Sendungen wie *Das literarische Quartett*, *Lesen!* oder *Druckfrisch* machen einige Forscher an

---

<sup>211</sup> Vgl. hierzu auch: Robert Weninger: *Streitbare Literaten. Kontroversen und Eklats in der deutschen Literatur von Adorno bis Walser*, München 2004. Zur Thematik der Nobelpreise vergleiche v. a. Isaac Bazié: *Literaturnobelpreis, Pressekritik, Kanonbildung. Die kritische Reaktion der deutschsprachigen, französischen und englischen Presse auf den Literaturnobelpreis von 1984 bis 1994*, Würzburg 1999.

<sup>212</sup> Karl-Heinz Wallraf: *Der literarische Massenerfolg*, in: *Kölner Zeitschrift für Soziologie*. Neue Folge, 1. Jahrgang 1948/49, Heft 4, S. 421-430, hier S. 426.

<sup>213</sup> Pfohlmann behauptet Folgendes: „Je engagierter, suggestiver und rhetorisch versierter ein Urteil [in einem literarischen Format im Fernsehen, S. B.] vorgetragen wird, desto überzeugender ist es, was sich mitunter messbar in Verkaufszahlen niederschlägt.“ Pfohlmann: *Literaturkritik in der Bundesrepublik*, S. 183.



deren Format fest: So seien die Buchbesprechungen dieser Sendungen nicht akademischer Art – wie etwa in Zeitschriften oder dem Feuilleton der Zeitung –, sondern „klare Empfehlungen durch eine medial zur Instanz erklärten Persönlichkeit.“<sup>214</sup> Doch fällt eine von einem bekannten Kritiker verfasste Rezension in einer Zeitung ebenfalls in dieses Schema: Reich-Ranickis Besprechungen in der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* werden nicht aus bloßem Zufall auf der ersten Seite des Feuilletons abgedruckt (möglichst noch mit einem Bild des Kritikers selbst), sondern auch sie bemühen sich um die Aufmerksamkeit der Leser. Reich-Ranicki gilt ohnehin nicht nur als Persönlichkeit des Mediums Fernsehen; seine Rezensionen werden unabhängig vom Medium stets mehr als die anderer Kritiker anerkannt. Aktuell sind auch jüngere Kritiker in Fernsehen und Feuilleton aktiv, so etwa Amelie Fried, Ijoma Mangold oder Thea Dorn.

Anzumerken ist außerdem, dass Rezensionen in Zeitungen und Zeitschriften noch immer quantitativ häufiger vorkommen als solche in Fernseh- oder Radiosendungen. Insgesamt behaupten die Printmedien noch ihren Vorsprung. Allerdings können von nur einer Fernsehsendung Millionen von Zuschauern erreicht werden. Zu den Kritiken im Allgemeinen sei noch hinzugefügt, dass jegliche Kritik – sei sie positiv oder negativ – besser ist als keine. Zu verweisen ist hier abermals auf Charlotte Roches Bestseller *Feuchtgebiete*, der trotz (oder eben gerade wegen) schlechter Kritiken wochenlang auf Platz eins der *Spiegel*-Bestsellerliste verharrte.

Das Kritikerurteil findet außerhalb seines ursprünglichen Orts in der Rezension selbst bald Eingang in weitere Werbemittel des Buchmarkts. So wird es häufig auf Buchumschläge mit aufgenommen, in Anzeigen als werbefördernde Aussage abgedruckt oder in weiteren Rezensionen eingebettet. Mancher Kritiker hat einen so großen und guten Ruf, dass er in Buchhandlungen ein eigenes Regal bekommt, wie etwa Elke Heidenreich mit ihrer Büchersendung *Lesen!*. Das Kritikerurteil hat im Meinungsbild des Lesers eine hohe Stellung, gilt er doch als Experte auf dem Gebiet der Literatur. Damit erfüllt er eine Art Vorentscheidung für den Kunden: Mit der Erkundung des Marktes und der Bewertung einzelner Werke nimmt er dem Leser die Suchfunktion nach lesenswerten Texten ab. Dass es sich dabei aber auch um eine einzelne Meinung handelt, die häufig auf einem subjektiven Geschmacksurteil beruht, scheint vielen Lesern unklar.

Wichtig ist festzuhalten, dass es weniger darauf ankommt, ob die Kritik positiv oder negativ ausfällt, als lediglich auf die Menge der Rezensionen und Diskussionen in den

---

<sup>214</sup> Nickel: *Krise der Literaturkritik*, S. 14.

öffentlichen Medien. Quantität ist also ausschlaggebender als Qualität. Durch die Wertung werden den Texten Aufmerksamkeit und Relevanz zugemessen.<sup>215</sup> Die Selektion bestimmter Texte vermittelt dem Leser, dass dieser Text es wert ist, besprochen zu werden, er folglich in Kritikerkreisen eine bestimmte Aufmerksamkeit und Relevanz genießt, was wiederum impliziert, dass die Auswahl durch eine Expertengruppe den Wert für den Rezipienten erst begründet.

Literaturkritik ist gang und gäbe, tausende von Rezensionen erscheinen jährlich, dank des Internets auch vermehrt von 'Hobby-Kritikern'. Übrigens nimmt das Internet keine Rücksicht auf Sperrfristen, zahlreiche Bücher werden also bereits lange vor der eigentlichen Publikation rezensiert. Allerdings leiten die Verlage dagegen nur selten rechtliche Schritte ein, schließlich fungieren besagte Kritiken als Werbemittel, die eventuell sogar erste Vorbestellungen beim Unternehmen eingehen lassen. Mit der Anzahl der Rezensenten steigt auch die Menge der unterschiedlichen Analyse- und Bewertungsmethoden. Dabei behauptet implizit jeder einzelne Kritiker, eine allgemeingültige Deutungs- und/oder Wertungsmacht über das zu besprechende Werk zu haben. Von jedem neuen Deutungs- und Wertungsstandpunkt aus entfaltet das Buch selbst einen neuen Aspekt, was wiederum die unterschiedlichen Lesergruppen ansprechen kann.

Der Druck auf den Kritiker, durch Originalität oder Kreativität zu glänzen, nimmt zu. Sowohl im Fernsehen als auch im Feuilleton werden Effekthascherei, Show- und Spannungselemente verlangt, die die Aufmerksamkeit des Zuschauers wenigstens für einige Minuten an ein bestimmtes Programm binden. Auch hierbei geht es um einen bestimmten Quotenfang und weniger um das Bedürfnis, den Zuschauer beziehungsweise Leser objektiv zu informieren, als ihn zu unterhalten. Allein die Form der unterhaltsamen Darbietung und Darstellung eines Romans oder Autors reicht aus, um dieses Konzept des Entertainments auf das Produkt selbst zu übertragen. Jede faktuale und sachliche Präsentation führt zu einem verkopften, intellektuell ausgerichteten Images des Buches und Verfassers, der damit nur einen Bruchteil des Klientels ansprechen kann.

Und auch der Aspekt des Timings lässt sich bei einer oberflächlichen Sichtung der Kritiken ausmachen: Der Trend geht in den Zeitungen dahin, dass Rezensionen kürzer werden. Dies ist nicht nur im Zusammenhang mit den Druckkosten zu sehen, sondern auch mit der Zeitknappheit der Leser, die immer mehr danach verlangen, innerhalb weniger Minuten so umfassend wie möglich informiert zu werden. Daher gilt die Regel.

---

<sup>215</sup> Vgl. hierzu auch Neuhaus: *Literaturvermittlung*, S. 46.

„Je kürzer die Texte, desto größer die Wahrscheinlichkeit der Lektüre.“<sup>216</sup> Diese Strategie kann dann jedoch in den sogenannten „Fastfood-Journalismus“ münden, in dem Kürze mehr zählt als Qualität.<sup>217</sup> Die meiste Aufmerksamkeit kommt – auch dies ein Ausdruck des allenthalben spürbaren visual turn – primär Fotos und bildlichen Darstellungen (Grafiken) zu. Zeitungsleser nehmen diese zuerst wahr, auch können Bilder der Auslöser zur Lektüre einer Rezension sein (erst dann folgen Überschrift oder Textanfang).<sup>218</sup> Visualisierung nimmt somit an Bedeutung zu, damit einhergehend auch die Inszenierung des Autors spezifisch auf Bildern (überwiegend Abbildung des Gesichts, seltener Ganzkörperaufnahmen), dessen Umgebung (vor einer Bücherwand, im Grünen) sowie seine Tätigkeit (sieht er in die Kamera, arbeitet er am Schreibtisch). Dabei kommt der Faktor der Authentizität ins Spiel: Meist wird eine realistische Darstellung in einer lebensnahen Situation gefordert.

#### 1.6. Neue Formen der Rezeption

The gradual dissolution of the family, the transformation of personal life into leisure and of leisure into routines supervised to the last detail, into the pleasures of the ball park and the movie, the best seller and the radio, has brought about the disappearance of the inner life. Long before culture was replaced by these manipulated pleasures, it had already assumed an escapist character.<sup>219</sup>

Dieses Zitat aus Horkheimers Aufsatz *Art and Mass Culture*, der eigentlich den Massenwahn der 1930er und 1940er Jahre in Deutschland behandelt, hat auch heute nicht an Aktualität verloren. Die Medien haben eine Masse zu stimulieren, auch gegenwärtig versuchen sie stets, ein Gefühl auf den Großteil der Bevölkerung zu projizieren, und somit die meisten anzusprechen, um dabei bestimmte Emotionen oder Einstellungen zu vermitteln (als Beispiel seien hier Ereignisse wie die Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland oder die Wahl Josef Ratzingers zum Papst genannt). Damit einher geht die Vermassung des Individuums, eine weitgehende Homogenisierung der Befindlichkeiten und Meinungen des Einzelnen, was gleichzeitig zu einer allgemeinen Geschmacksrichtung, einer einheitlichen Ästhetik führt.

---

<sup>216</sup> Gernot Stegert: *Feuilleton für alle. Strategien im Kulturjournalismus der Presse*, Tübingen 1998, S. 176.

<sup>217</sup> Stegert: *Feuilleton für alle*, S. 176.

<sup>218</sup> Stegert: *Feuilleton für alle*, S. 177.

<sup>219</sup> Max Horkheimer: *Art and Mass Culture*, in: *Studies in Philosophy and Social Science*, Vol. IX 1942, No. 2, S. 290-304, hier S. 293f.

Vorab ist festzuhalten, dass Literatur Leser braucht, sie muss rezipiert werden um zu existieren. In den postindustriellen Wissensgesellschaften zählen gegenwärtig etwa je ein Drittel der erwachsenen Bevölkerung zu den habituellen, gelegentlichen beziehungsweise Nichtlesern. Auch rangiert das Lesen als Freizeitbeschäftigung recht weit oben, immerhin auf Platz sieben mit 20,4 Prozent.<sup>220</sup> Die Zahlen sind seit Jahren in etwa konstant, das Leseverhalten hat sich hingegen stark verändert: Alles steht unter der Prämisse des Timings, der Zeitersparnis. Statt langen Kapiteln (oder gar einem fortlaufenden Text), zerteilen die Verlage das Geschriebene in immer kleinere Abschnitte. Kapitel mit einer Länge von mehr als zwanzig Seiten werden dann häufig nochmals in Abschnitte unterteilt. Ziel dabei ist, dass der Leser auch innerhalb kürzester Zeit den Eindruck hat, etwas gelesen zu haben. Die Menschen tendieren zu kürzeren Konzentrationsphasen, die von Pausen unterteilt werden. Abgeschaut wurde das Verfahren wohl beim Fernsehprogramm: Die meisten Serien und Magazine dauern nicht länger als eine halbe Stunde, Spielfilme werden von regelmäßigen Werbepausen unterbrochen. Weiter wurde festgestellt, dass viele gekaufte Bücher überhaupt nicht mehr von vorne bis hinten durchgelesen werden, sondern nur noch angelesen. Dies ist vergleichbar mit dem 'Zapping' beim Fernsehen.<sup>221</sup>

Andere Bücher, vor allem Klassiker, werden in gekürzten Fassungen herausgegeben. Schwierige Passagen, die scheinbar nichts mit der Haupthandlung zu tun haben, werden hier gestrichen. Rolf Michaelis sprach bereits 1993 von „Zertrümmerungsgesten“<sup>222</sup>, die sich über den ganzen Kulturbetrieb ausbreiten. Kultur wird zu Gunsten der Unterhaltung der Konsumenten gekürzt und auf ein Minimum reduziert. Das eigentliche Kunstwerk wird dadurch zerstört oder kann zumindest nicht mehr seinen eigentlichen Sinn in voller Gänze darlegen.

Zeitersparnis bringen auch Lesungen und Fernsehauftritte des Autors mit sich. Der Zuschauer braucht das Buch nicht mehr selbst lesen, es wird ihm als Event vorgelesen oder präsentiert. Dadurch vermeint der Leser, das Buch und eventuell sogar den Autor zu kennen. Ebenfalls unterstützt wird dieser Gedanke durch eine regelrechte Bündelung von Auftritten.<sup>223</sup> Gelangt ein Autor erst einmal ins Fernsehen, so wird er durch alle Formate und Sendungen gezerrt.

---

<sup>220</sup> Vgl. Plachta: *Literaturbetrieb*, S. 71f.

<sup>221</sup> Vgl.: Hans Friedrich Foltin, Anke Oldewage: *Lesekultur heute und morgen. Fakten und Perspektiven*, in: Petra Bohnsack, Hans Friedrich Foltin (Hrsg.): *Lesekultur. Populäre Lesestoffe von Gutenberg bis zum Internet* (Schriften der Universitätsbibliothek Marburg 93), Marburg 1999, S. 279-287, hier S. 283.

<sup>222</sup> Rolf Michaelis: *Die öde Spaß-Gesellschaft*, in: *Die Zeit* Nr. 36 vom 03.09.1993.

<sup>223</sup> Vgl.: Schütz: *Das gute Buch der Bücher*, S. 66.

Die „Eventisierung“ der Literatur ist eine Vermarktungsstrategie, die mittels Steigerung des Bekanntheitsgrads des Autors und Buchs den Verkauf stimulieren soll. Bizarrerweise erfreuen sich sogenannte 'Poetry Slams' besonderer Beliebtheit. Bei diesen Veranstaltungen werden selbstentworfene Gedichte von den Künstlern auf unterhaltsame Weise vorgetragen oder vorgespielt. Am Ende entscheidet meist das Publikum über den Sieger. Dass hier der Lyrik, die im Allgemeinen als schlecht verkäuflich, teilweise auch als unverkäuflich gilt, solch große Aufmerksamkeit geschenkt wird, mag daran liegen, dass die vorgetragenen Gedichte überwiegend einen humoresken Inhalt haben und bedingt durch ihre relative Kürze (den Vortragenden wird ein bestimmtes Zeitlimit gegeben) schnell zu einer Pointe kommt.

Der heutige Leser muss allerdings nicht den Text lesen, sondern sich über die Person des Autors und die 'Paratexte' des Buches informieren. So besuchen größtenteils etwa diejenigen eine Lesung, „die alles über den Schriftsteller wissen, über seine Lebensgewohnheiten und Affären und Krisen, über seine Schreibweise und über die Geschichten seiner Bücher. Die müssen dann gar nicht mehr gelesen werden.“<sup>224</sup> Schließlich gehen auch viele Besucher zu Lesungen in der Hoffnung, das Buch nun persönlich vom Autor vorgelesen zu bekommen, was jegliche selbstständige Lektüre überflüssig macht.

Dabei ist ein weiterer Aspekt erkennbar: Nicht jedes Buch, das gekauft wird, wird auch automatisch gelesen. Und nicht jedes gelesene Buch wurde von der ersten bis zur letzten Seite gelesen. Vor allem, wenn die Bücher verschenkt wurden, verbleiben sie oft ungelesen irgendwo in den Bücherregalen. Dasselbe lässt sich auf ausgeliehene Bücher anwenden, auch hier herrscht Unsicherheit über die Lektüre.

Da neue Formen der Lektüre sich ausbilden, müssen die Verlage dementsprechend handeln, sich diesen Vorgaben anpassen. Horst W. Opaschowski schlägt hierfür vier Veränderungsvariablen vor, nämlich die formale, die motivationale, die inhaltliche und die mediale.<sup>225</sup> Unter formale Änderungen fallen hier Mobilität und Transportabilität; das Buch als Gegenstand muss sich in der Größe (handlich) und der äußeren Gestaltung (abwaschbarer, robuster Umschlag) ändern, muss dem Leser als Gebrauchsgegenstand funktional entsprechen. „Die Bücher müssen motivational selbst zum Stimulus und Anreger für Freizeitmobilität werden“,<sup>226</sup> so Opaschowki. Das Buch selbst muss zu seiner eigenen Lektüre anreizen und muss dabei bestimmte Reaktionen im Leser

---

<sup>224</sup> Greiner: *Das Verschwinden der Kritik*, S. 238.

<sup>225</sup> Vgl. Horst W. Opaschowski: *Freizeitökonomie: Marketing von Erlebniswelten* (Freizeit- und Tourismusstudien Band 5), Opladen 1993, S. 190f.

<sup>226</sup> Opaschowski: *Freizeitökonomie*, S. 191.

hervorrufen (Spaß, Entspannung etc.). Daraus leitet sich dann auch die inhaltliche Variable ab, durch die ebenfalls eine reaktionelle Bereicherung erzielt werden soll. Der Aspekt des Freizeitvergnügens muss dann auch medial vermittelt werden, also etwa in Anzeigen besonders hervorgehoben werden.

Die Motivation, ein Buch zu lesen, richtet sich immer stärker an entsprechenden Vorbildern aus. Es hängt davon ab, wer ein Buch empfiehlt oder ablehnt, ob ein bestimmter Roman medial diskutiert wird und welche Problematiken der Text anspricht beziehungsweise ob er einen Skandal auslöst. Die anderen Aspekte, vor allem der formale, stehen stärker bei einer spontanen oder zufälligen Kauf tätigung im Vordergrund. Selten wird ein Kunde explizit nach einem abwaschbaren Buch suchen, primär geht es dem Leser um den Inhalt, die Thematik oder den Schreibstil eines bestimmten Autors. Ändern könnte sich die formale Variable jedoch in Hinblick auf E-Books oder den Kindle. Hier werden elektronische Formen des Textes nachgefragt, die vor allem online ihren Weg in das entsprechende Lesegerät finden. Die Auswirkungen und Änderungen, die diese neue Leseform hervorbringen wird, sollen hier nicht weiter ausgeführt werden. Es ist aber anzunehmen, dass eine größere, dauerhafte Verfügbarkeit von Texten, mit diversen Zusatzfunktionen (Suche im Text, persönliche Markierungen und Notizen) das Leseverhalten langfristig verändern werden, wenn auch vorerst überwiegend im wissenschaftlichen Bereich.

### 1.7. Heuristik verschiedener Wertungsansätze

In den Feuilletons wird vom Kritiker auch immer eine Bewertung des besprochenen Buches erwartet. Diese hängt einerseits vom Kenntnisstand und Wertungsmaßstab des Rezensenten ab, andererseits beeinflusst auch der intendierte Leser der Rezension (also die Zielgruppe der Zeitung oder Zeitschrift) die Wertung. Je spezifischer das Publikum, umso differenzierter fallen die Kritiken aus. Fachzeitschriften und Tageszeitungen können dabei höchst unterschiedliche Besprechungen ein und desselben Textes abdrucken.

Bestsellerlisten geben nicht von vornherein eine Wertung wieder. Die Platzierung setzt weder einen besonders anspruchsvollen noch ein besonders trivialen Gehalt voraus. Dennoch neigen einige Forscher dazu, einen Bestseller mit Unterhaltungs- und

Trivialliteratur gleichzusetzen.<sup>227</sup> Der Aussage, bei Bestsellern „spielen literarästhetische Ansprüche oder literaturwissenschaftliche Maßstäbe lediglich eine zweitrangige, wenn nicht sogar untergeordnete Rolle“,<sup>228</sup> kann hier nicht völlig zugestimmt werden. Damit Kritiker auf eine Neuerscheinung reagieren, müssen auch deren Wertungsansätze positiv angesprochen werden. Denn kein (renommierter) Kritiker würde über ein literarisch rein triviales oder unterhaltendes Buch ein positives Urteil sprechen. Um über literarische Qualität sprechen zu können, werden treffende Wertungsansätze benötigt. Im Folgenden sollen einige aufgeführt werden, als grundlegendes Werk ist hierfür die Arbeit über Wertung von Renate von Heydebrand und Simone Winko aufzuführen.<sup>229</sup>

Literatur kann als Produkt unterschiedliche Qualitätsstufen haben. Von der Trivialliteratur über die Unterhaltungsliteratur bis zur 'hohen Literatur' sind die Übergänge fließend. Dennoch existieren zwischen ihnen enorme qualitative Unterschiede, vor allem in formaler Hinsicht, beginnend mit der sprachlichen Gestaltung. Die Sprache der Hochliteratur ist anspruchsvoller und weiter von der Alltagssprache entfernt, wie seit den Studien des Russischen Formalismus bekannt. Allerdings darf dies nicht so verstanden werden, dass Alltagssprache in hochliterarischen Werken nicht vorkommt – im Gegenteil: Sie kann eben genau den wesentlichen Teil eines literarischen Kunstwerks ausmachen. Dies spricht dafür, dass es nicht auf den Unterschied zwischen einer literarischen Sprache und einer Alltagssprache ankommt, sondern vielmehr auf die Funktion der Sprache im Textganzen. Vorrangig ist nicht, dass eine Nachricht übermittelt wird, sondern wie sie sprachlich dargestellt wird. Hochliteratur zeichnet sich einerseits durch bestimmte Formalia und Stilelemente, andererseits durch Inhalt und Wirkung aus. Renate von Heydebrand und Simone Winko stellen dafür eine eigene Systematik auf. Dabei unterscheiden sie zuerst formale und inhaltliche Werte. Unter erstere fallen beispielsweise „Polyvalenz“ und „Offenheit“, die den Text mehrdeutig machen und unterschiedliche Interpretationswege zulassen.<sup>230</sup> Inhaltlich kann ein Text nach seiner „Wahrheit/Erkenntnis“ oder „Moralität“ bewertet werden.<sup>231</sup> Was genau hinter diesen Begriffen steckt ist von Text zu Text unterschiedlich und kann auch nur in diesem Zusammenhang interpretiert werden. Weiterhin kann eine Bewertung nach relationalen Kriterien erhoben werden:

---

<sup>227</sup> Vgl. Ziermann: *Bestseller auf dem deutschen Buchmarkt*, S. 15.

<sup>228</sup> Vgl. Ziermann: *Der deutsche Buch- und Taschenbuchmarkt*, S. 117f.

<sup>229</sup> Renate von Heydebrand, Simone Winko: *Einführung in die Wertung von Literatur. Systematik – Geschichte – Legitimation*, Paderborn 1996.

<sup>230</sup> Von Heydebrand, Winko: *Einführung in die Wertung von Literatur*, S.116-119 (kursiv im Original).

<sup>231</sup> Von Heydebrand, Winko: *Einführung in die Wertung von Literatur*, S. 119-121 (kursiv im Original).

„Abweichung“ von der Alltagssprache und „Innovation“ machen einen Text literarisch wertvoll.<sup>232</sup> Damit grenzt sich die Hoch- von der Trivialliteratur ab, die sich vor allem durch Wiederholungen auszeichnet. Daraus leitet sich ab, dass schon die Machart eines Textes das literarische Niveau festlegt.

Hochliteratur unterscheidet sich weiterhin von Trivial- und Unterhaltungsliteratur dadurch, dass sie dauerhaft wird und zur Identität eines Kulturkreises beiträgt. Die 'Höhenkammliteratur' bildet „den geistigen Grundbesitz eines Volkes“<sup>233</sup> und ist damit von elementarer Bedeutung. Allerdings findet nicht jeder Leser Zugang zu ihr.

Einen wichtigen Unterschied stellt Johannes Anderegk dar: Hochliteratur kann verschieden gedeutet werden und verlangt nach Interpretation, wohingegen qualitativ schlechtere Literatur eher affirmierend und eindeutig ist.<sup>234</sup> Das bedeutet, dass sich bei letzteren der Sinn an der Oberfläche finden und vergleichsweise eindeutig oder zumindest aus weniger Interpretationsmöglichkeiten heraus darstellen lässt. Es liegt kein tieferer Sinn darin verborgen, sondern einzig in der Lösung eines Kriminalfalls oder dem Happyend einer Liebesgeschichte liegt der Wert. Die Fiktionalität der Hochliteratur versucht hingegen noch anderes zu transportieren:

so macht sie [= die Fiktivkommunikation, S. B.] erfahrbar, was die Alltäglichkeit häufig verstellt: einen Zusammenhang, der, keineswegs gleichbleibend, nicht als Botschaft zu formulieren oder durch unmittelbare Anwendbarkeit zu legitimieren ist, der nur in der Deutung, hier aber stets sich darbietet und der als „wahr“ apostrophiert werden mag, weil er – anders als die Alltäglichkeit – das Einzelne sinnvoll erscheinen lässt.<sup>235</sup>

Eine weitere Strategie, um festzustellen, ob der Text literarische Qualitäten besitzt, liefert Stein Haugom Olsen: Er plädiert dafür, dass einzelne Elemente und Episoden das Gesamtkonzept und die Bedeutung des Textes widerspiegeln. Das heißt, der ganze Text besteht aus voneinander abhängigen Einzelteilen, die zusammengesetzt ein großes Gesamtbild darstellen.<sup>236</sup> Allerdings kann dieser Aspekt alleine noch nicht die gesamte Qualität eines Textes ausmachen.

Weiterhin können in einem literarisch „guten“ Text verschiedene Bezüge hergestellt werden. Diese sind intra- und/oder intertextueller Art. So werden Leit motive aufgebaut,

---

<sup>232</sup> Von Heydebrand, Winko: *Einführung in die Wertung von Literatur*, S. 121-123 (kursiv im Original).

<sup>233</sup> Robert Prutz: *Schriften zur Literatur und Politik*, ausgewählt und mit einer Einführung herausgegeben von Bernd Hüppauf, Tübingen 1973, S. 10.

<sup>234</sup> Vgl.: Jörg Anderegk: *Fiktionalität. Schematismus und Sprache der Wirklichkeit. Methodologisch Überlegungen*, in: ders. (Hrsg.): *Unterhaltungsliteratur. Zu ihrer Theorie und Verteidigung*. Mit Beiträgen von Johannes Anderegk, Jörg Hienger, Kasper H. Spinner, Göttingen 1976, S. 7-31, hier S. 29.

<sup>235</sup> Anderegk: *Fiktionalität*, S. 25f.

<sup>236</sup> Vgl.: Stein Haugom Olsen: *Wie man ein literarisches Werk definiert*, in: Jörn Gottschalk, Tilmann Köppe (Hrsg.): *Was ist Literatur? Basistexte Literaturtheorie*, Paderborn 2006, S. 72-90, hier: S. 83.



es gibt Vorausdeutungen und Anspielungen auf zukünftiges Geschehen, und der Text steht in Verbindung mit zahlreichen anderen und spielt auf diese verdeckt oder offen an. Der Leser eines qualitativ hochwertigen Buches muss also stets mit- und querdenken sowie einen weiteren Blickwinkel haben als der Leser von Trivilliteratur. Qualität entsteht durch Intentionalität und Ausführung des Textes.<sup>237</sup> Nur wenn beide kombiniert einen hohen Anspruch haben, kann der Text zur Hochliteratur gezählt werden.

Literarische Qualität kann an denselben drei Dimensionen dargestellt werden wie ökonomische Qualität. Sie setzt sich zusammen aus der subjektiver Qualität. Diese individuelle Einschätzung käme dann vom Leser: Empfindet er einen Text als lesenswert? Doch im Unterschied zur ökonomischen Qualität kann die literarische nicht vor allem durch Subjektivität generiert werden, da diese keine allgemeingültigen Urteile festlegen kann. Das bedeutet, die Subjektivität wird nur am Rande oder partiell miteinbezogen in die literarische Wertung (also umgekehrt als beim ökonomischen Modell). Die zweite Dimension ist die objektive Qualität. Das sind jene Merkmale, die von der Forschung zur Bestimmung der Wertung literarischer Werke festgelegt sind. Beispiele hierfür sind Polyvalenz, Einheit, intertextuelle Verflochtenheit, Formvollendetheit, Metaphorizität etc. Als dritte Dimension gilt schließlich die Innovation. Literarische Texte müssen auch durch Neuartigkeit bestehen (sei es inhaltlich oder formal). Dazu zählen selbstverständlich auch Rückgriffe auf ältere Texte, die in neuer Form oder in neuem Zusammenhang in einem aktuellen Werk auftauchen. Denn genau in dieser Verwendung steckt ja dann die Innovation. Joyce wählte für *Ulysses* auch einen solch innovativen Rückgriff: Er verlagerte den Mythos des Odysseus in die Moderne und schaffte dadurch etwas völlig Neues.

Die Innovation bestätigt indirekt auch Manfred Titzel. Er behauptet, das wichtigste Qualitätsmerkmal von Gütern sei die Nicht-Substituierbarkeit.<sup>238</sup> Das bedeutet, die Produkte müssen einzigartig und nicht einfach nachzuahmen sein. Literatur, die also nicht immer nur das Vorhandene kopiert, sondern sich permanent erneuert, ist höher zu bewerten als Literatur, die über die Konventionen nicht hinausgeht.<sup>239</sup> Dies ist ein eindeutiges Argument gegen die Trivilliteratur, die ja die immergleichen Themen in immer ähnlicher Form aufgreift. Trivilliteratur lässt sich an ihrer einsträngigen, chronologischen Handlung erkennen, die in ein Happyend mündet. Es gibt nur wenige

---

<sup>237</sup> Vgl.: Jochen Schulte-Sasse: *Literarische Wertung*, Stuttgart 1971, S. 41.

<sup>238</sup> Vgl.: Tietzel: *Literaturökonomik*, S. 57.

<sup>239</sup> Zum Thema Konventionen vgl. Weninger: *Literarische Konventionen. Theoretische Modelle, historische Anwendung* (Stauffenberg Colloquium Band 20), Tübingen 1994.

agierende Figuren, die „nicht entwicklungsfähig“ sind und in bestimmte Schemata gepresst sind (gute vs. böse Helden).<sup>240</sup>

In mancher Sekundär- und Forschungsliteratur wird allerdings für eine Auflösung der Kategorien der Unterhaltungs- und ernsten Literatur (sogenannte U- und E-Literatur) plädiert beziehungsweise diese bereits festgestellt.<sup>241</sup> Richtig ist, dass es verstärkt zu Vermischungen kommt, dass eine eindeutige Grenzziehung zwischen verschiedenen Literaturkategorien nicht möglich ist. Offenkundig ist auch, dass sogenannte Hochliteratur triviale Elemente enthalten kann (dies gilt zum Beispiel für Umberto Ecos Rückgriff auf den Kriminalroman in *Der Name der Rose*), oder vice versa, dass triviale Texte auch literarisch 'gute' Abschnitte besitzen. Daher gilt es, einen mittleren Bereich einzuführen: Zwischen der Hochliteratur und der Trivilliteratur, die jeweils nur die extremsten Pole einer Bewertungsskala bilden, schiebt sich der Bereich der Unterhaltungsliteratur. Diese Art von Texten enthält Elemente aus beiden Kategorien, ist also keinem Extrem zuzuordnen. Das nachfolgende Schaubild veranschaulicht dies:

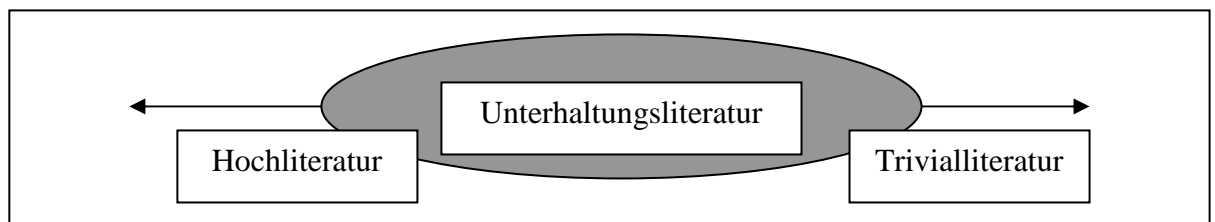


Abbildung 7: Die Pole der Literatur.

Die meisten Bestseller werden sich weder eindeutig in die Elite- noch in die Massensliteratur einordnen lassen. Sie müssen auf beiden Ebenen gelesen und verstanden werden können, das heißt, sie müssen Elemente beider Kategorien in sich vereinen und liegen damit zwischen diesen Polen; dieser Bereich wird hier als Unterhaltungsliteratur bezeichnet. Mit dieser Zwischenposition erfüllen sie beide Ansprüche: Sie sind unterhaltend genug geschrieben, dass sie viele Leser ansprechend finden, dabei aber nicht zu trivial gemacht, sodass auch die Kritiker als anspruchsvolle Rezipienten einiges Potential in den Texten erkennen können. Somit erhalten diese Bücher beides: Lob und Empfehlungen sowohl von Leser- als auch von Kritikerseite.

Die Betonung des reinen Kunstseins, der Nicht-Brauchbarkeit der Hochliteratur ist auch heute noch stark verbreitet und scheint als positives Attribut selbiger gewertet zu

<sup>240</sup> Włodzimierz Bialik: *Johannes Mario Simmel oder Der unvermeidliche Erfolg. Erzähl- und Verkaufsstrategien des Unterhaltungsromans in der Bundesrepublik Deutschland*, Poznań 1987, S. 16.

<sup>241</sup> Vgl. Ferchl: *Vertreibung aus dem Paradies?* S. 9.

werden.<sup>242</sup> Gute Literatur fordert vom Leser zunächst einmal Anstrengungen (sowohl der Sinne als auch des Intellekts)<sup>243</sup> und gibt ihm erst nach Beendigung der Lektüre etwas zurück („Erkenntnis“, „Wahrheit“).

Eine rein objektive Wertung ist für literarische Werke unmöglich; immer schwingen persönliche Meinungen und Empfindungen mit. Die Entscheidung, ob ein Buch langweilig oder spannend, aufregend oder einschläfernd, gut oder schlecht ist, wird nach den subjektiven Bedürfnissen und Ansprüchen an das Buch durch den Leser verzerrt. Auch Kritiker sind nicht davor gefeit, eine jeweils subjektive Anschauung eines Textes zu bilden, wie in der weiteren Argumentation zu zeigen sein wird. Prekär ist allerdings, dass diese Subjektivität der Wertungsvorgänge sich nicht auf Buchbesprechungen beschränkt, sondern vielmehr der gesamte Literaturbetrieb – vom Agenten über den Buchhändler bis hin zum Universitätsprofessor – davon geprägt ist. Ebenfalls davon betroffen ist in logischer Konsequenz auch die Kanonbildung,<sup>244</sup> was dann wiederum auf das gesamte literarische Geschehen reflektiert und dieses beeinflusst. Durch diese Wechselwirkung entsteht eine instabile Wertungskonvention, wie die Rezeptionsästhetik von Ingarden bis Iser dokumentiert. Je nach Leser wird sie anders angesetzt und kann somit zu stark differierenden Werturteilen führen.

Das Schwanken der Urteile, das gegenwärtige Lob einer bestimmten Strömung, die Präferenz eines gewissen Schreibstils sind auf das Mäandern zwischen Individualgeschmack und Zeitgeist zurückzuführen. Dessen Trendkurve bestimmt innerhalb gewisser Parameter, was gelobt und was verrissen wird. Kritiken sind zeitabhängig. Das Urteil des Kritikers hängt nicht allein von der eigentlichen literarischen Qualität des Textes ab, sondern davon, was gerade populär ist. Gerne gesehen sind dabei auch Verrisse, die das Buch als so schlecht und unlesbar deklarieren, oder die dem Autor einen Skandal nachsagen oder gar einen Tabubruch. Solche Rezensionen erregen die Aufmerksamkeit der Leser, heben den Text aus der Masse heraus, und fördern damit nicht nur den Absatz der Texte sondern auch das Image des Kritikers. Jens Jessen empfiehlt dem Kritiker „als Individuum aufzutreten, der für sein Urteil weder überlegene Kompetenz noch gesteigerte Repräsentativität noch die

---

<sup>242</sup> Vgl. hierzu etwa Schalkowski: *Rezension und Kritik*, S. 18.

<sup>243</sup> Schalkowski: *Rezension und Kritik*, S. 19.

<sup>244</sup> Dieser Ansicht ist Friederike Worthmann: *Literarische Kanones als Lektüremacht. Systematische Überlegungen zum Verhältnis von Kanon(isierung) und Wert(ung)*, in: Renate von Heydebrand (Hrsg.): *Kanon Macht Kultur. Theoretische, historische und soziale Aspekte ästhetischer Kanonbildungen*, Stuttgart, Weimar 1998, S. 9-29.

Rückendeckung eines philosophischenn [sic!] Systems beansprucht.“<sup>245</sup> Ein Urteil, das frei von jeglicher Einschränkung und Zuordnung ist, findet sich jedoch selten.

Zu den sprachlichen und inhaltlichen Werturteilen treten – wie im Vorangegangenen bereits erläutert – außerdem noch einige nicht verbale Wertungsakte, wie etwa Selektionsprozesse im Lektorat, bei der Vergabe von Literaturpreisen, durch Kritiker, Schulen, Universitäten etc. Dadurch wird der monetäre Erfolg stärker beeinflusst als durch inhaltliche und sprachliche Wertungsmaßstäbe. Die verbalisierten Wertungen dienen letztendlich nur als Rechtfertigung oder Bestätigung des Selektionsprozesses.<sup>246</sup>

Hinzuzufügen bleibt abschließend, dass einige Forscher den Wert eines Buches von seinem Erfolg abhängig machen.<sup>247</sup> Diesen Ansatz gilt es zu verwerfen, da der Wert eines Buches ja gerade inhaltlich und formal zu bestimmen ist und nicht mittels Absatzzahlen.

#### 1.8. Die Internationalisierung der deutschsprachigen Literatur

Das Phänomen der Internationalisierung und Globalisierung ist allgegenwärtig, auch im Buchmarkt. Bedingt durch die Internationalisierung wurden viele „inhabergeführte mittelständische Verlage von großen Medienkonzernen und Verlagsgruppen übernommen“.<sup>248</sup> Bertelsmann kann hierfür als Beispiel genannt werden, der Konzern umfasst inzwischen neben zahlreichen Verlagen (Random House) auch weitere Medien, wie etwa die RTL Group oder Gruner + Jahr.

Immer wichtiger werden für Verlage die Absatzwege in andere Länder, der Lizenzverkauf und der Verkauf von Filmrechten. Dabei scheint sich eine Wandlung vollzogen zu haben, wie Rainer Moritz feststellt:

Jahrzehntelang war Literatur „made in Germany“ schwer verkäufliche Ware, im Inland wie im Ausland. Sie galt als kopflastig, reflexionsbetont, plotarm und provinziell. Auslandslicenzen für deutsche Romane waren selten; viele Verlage im Ausland besaßen keinerlei Kompetenz für deutsche Manuskripte. Erst als die Autoren begannen,

---

<sup>245</sup> Jens Jessen: *Literatur*, in: Edmund Schalkowski (Hrsg.): *Rezension und Kritik*, Konstanz 2005, S. 207-219, hier S. 218f.

<sup>246</sup> Vgl. hierzu auch Anz: *Theorien und Analysen zur Literaturkritik und zur Wertung*, S. 208.

<sup>247</sup> Klaus Stadler schreibt etwa: „[...] dass die Leser selbst den Erfolg (und damit den „Wert“) maßgeblich befördert haben.“ Klaus Stadler: *Bücher und ihr Wert – es geht nicht immer nur um das große Geld*, in: Manfred Jochum (Hrsg.): *Wa(h)re Sprache. Literatur und Markt*, Innsbruck, Wien, Bozen 2008, S. 105-110, hier S. 109.

<sup>248</sup> Thedel von Wallmoden: *Verleger: „Der blödeste Beruf der Welt“*, in: Heinz Ludwig Arnold, Matthias Beilein (Hrsg.): *Literaturbetrieb in Deutschland*, 3. Auflage, Neufassung, München 2009, S. 15-23, hier S. 16.

publikumsnäher zu schreiben, veränderte sich die Situation. Verkaufserfolge, die sogar eine Akzeptanz bei der Literaturkritik nicht mehr von vornherein ausschlossen, wurden häufiger.<sup>249</sup>

Die drei hier untersuchten Romane (*Das Parfum* von Patrick Süskind, Bernhard Schlinks *Der Vorleser* und *Die Vermessung der Welt* von Daniel Kehlmann) werden als Ausnahmen gesehen. Diese Sonderstellung der drei Bücher ist eben auch ein Argument, weshalb sie dieser Studie zugrunde liegen.

In keinen Sprachraum sonst werden mehr Bücher übersetzt als ins Deutsche.<sup>250</sup> Hauptsächlich werden englische Texte (diese wiederum überwiegend aus den USA) dem deutschsprachigen Leserpublikum zugänglich gemacht. Hinzu kommt allerdings, dass sich der Markt für die englischen Originale ständig vergrößert, da immer mehr Rezipienten die Fähigkeit (Erlernen des Englischen als Fremdsprache in der Schule) und die Möglichkeit (Bestellung fremdsprachiger Bücher via Internet) zur Lektüre in Englisch haben.

Die meisten Exporte deutscher Bücher führen ins deutschsprachige Ausland, also die Schweiz und Österreich (fast die Hälfte aller Exporte 47,7 %),<sup>251</sup> da hier keine Kosten für Übersetzungen oder Lizenzen anfallen, und der Verlag somit sein Einzugsgebiet vergrößert. Ins fremdsprachige Ausland werden 13,1 % exportiert, der Import beläuft sich auf rund 14 %.<sup>252</sup>

Für den deutschen Buchmarkt ist der Lizenzhandel – insbesondere der Lizenzkauf – von besonderer Bedeutung: Erstens tut sich auch die deutsche Literatur weiterhin schwer mit großen Bestsellererfolgen, Süskind oder Schlink sind einmalige Ausnahmen. Dazu kommt zweitens, dass der deutsche Leser gerne Bücher aus dem angloamerikanischen Raum liest. Zum Großteil werden in den USA einheimische Autoren gelesen, 16,4 Prozent der Buchimporte stammt aus Großbritannien. Für das Jahr 2008 waren außerdem drei Prozent an Übersetzungen aus anderen Nationalliteraturen zu verzeichnen.<sup>253</sup> In Deutschland sind 24 Prozent der rezipierten Autoren deutsch, 29 Prozent amerikanisch sowie acht Prozent britisch.<sup>254</sup>

---

<sup>249</sup> Rainer Moritz: *Donna Leon meets Harry Potter. Warum und wie Verlage mit Agenten zusammenarbeiten*, in: Ernst Fischer (Hrsg.): *Literarische Agenturen – die heimlichen Herrscher im Literaturbetrieb?* (Mainzer Studien zur Buchwissenschaft 11), Wiesbaden 2001, S. 17-31, hier S. 26.

<sup>250</sup> Ferchl: *Vertreibung aus dem Paradies*, S. 9.

<sup>251</sup> Vgl. Ziermann: *Der deutsche Buch- und Taschenbuchmarkt*, S. 230.

<sup>252</sup> Vgl. Ziermann: *Der deutsche Buch- und Taschenbuchmarkt*, S. 232 und S. 240.

<sup>253</sup> German Book Office, New York: *The United States Book Market*, in: Homepage von *Frankfurter Buchmesse*, URL: [http://www.buchmesse.de/pdf/buchmesse/buchmarkt\\_usa.pdf](http://www.buchmesse.de/pdf/buchmesse/buchmarkt_usa.pdf) (letzter Zugriff am 26.08.2012).

<sup>254</sup> Vgl. Fischer: *Marktinformation und Lektüreimpuls*, S. 213.

Zu unterscheiden gilt es zwischen dem Export von Büchern und dem Lizenzhandel. Im ersten Fall werden fremdsprachige Bücher im Ausland verkauft, beim zweiten kauft ein ausländischer Verlag die Übersetzungs- und Vermarktungsrechte. Dabei wird mit dem Originalverlag meist ein Exklusivvertrag abgeschlossen, was bedeutet, dass die Lizenz nicht nochmals an dasselbe Land oder eventuell sogar an einen gleichsprachigen Staat verkauft werden darf. Gegenwärtig übernimmt gar nicht mehr das Unternehmen die aktive Rolle in einem Lizenzhandel, sondern der Agent des Autors kümmert sich darum. Ein Vertrag regelt dann auch, ob der Originalverlag eine pauschale Summe erhält, oder je nach Auflagenhöhe oder Absatzmenge ausgezahlt wird.

Das wichtigste Instrument zum Lizenzverkauf ist (in Deutschland) die Frankfurter Buchmesse. Hier werden internationale Kontakte geknüpft, Agenten und Verleger verhandeln über ausländische Texte etc.

In Deutschland wurden im Jahr 2011 insgesamt 10.716 Bücher aus anderen Sprachen übersetzt. Die prozentuale Verteilung gestaltet sich folgendermaßen:

| Sprache              | Englisch | Französisch | Japanisch |
|----------------------|----------|-------------|-----------|
| Anteil Übersetzungen | 63,8     | 10,4        | 6,0       |

Abbildung 8: Übersetzungen ins Deutsche in Prozent für das Jahr 2011.<sup>255</sup>

Die Anzahl der Lizenzverträge betrug 8.000, im Vorjahr waren es noch 8.191. Nachstehende Tabelle zeigt die Verteilung der Lizenzen an die vier relevanten Märkte:

| Sprache                   | Chinesisch | Russisch | Polnisch | Spanisch |
|---------------------------|------------|----------|----------|----------|
| Lizenzvergabe ins Ausland | 1.072      | 644      | 555      | 498      |

Abbildung 9: Lizenzvergabe ins Ausland für das Jahr 2011.<sup>256</sup>

Einer der wichtigsten Lizenzpartner ist für Deutschland China mit 1.072 verkauften Lizenzen,<sup>257</sup> was die Bedeutung des chinesischen Buchmarkts für die BRD untermauert. Selbstverständlich dominiert der angelsächsische Raum den Export englischsprachiger Bücher, auf USA und Kanada folgen Großbritannien und Australien.<sup>258</sup>

Bei der Lizenzvergabe für ein deutschsprachiges Buch im angelsächsischen Raum spielt vor allem die Bekanntheit des Autors eine wichtige Rolle, so wie das Thema, das möglichst universal sein sollte, also nicht spezifisch deutsch.<sup>259</sup> Auch hier ist die

<sup>255</sup> In Anlehnung an: Homepage des *Börsenvereins des deutschen Buchhandels*, URL: <http://www.boersenverein.de/de/portal/Wirtschaftszahlen/158286> (letzter Zugriff am 14.09.2012).

<sup>256</sup> In Anlehnung an: Homepage des *Börsenvereins des deutschen Buchhandels*.

<sup>257</sup> Vgl. Homepage des *Börsenvereins des deutschen Buchhandels*.

<sup>258</sup> Vgl. Greco, Rodriguez, Wharton: *Changes in the Book-Publishing Industry*, S. 27.

<sup>259</sup> Vgl. Röhring: *Wie ein Buch entsteht*, S. 155.

Problematik der Homogenisierung ersichtlich, die den Absatz im internationalen Raum ermöglichen soll.

Die Verbreitung der deutschen Literatur im Ausland liegt auch dem Auswärtigen Amt am Herzen. Dabei soll ein positives Deutschlandbild transportiert werden, welches das Land als eine kreative Nation hervorhebt. Das Interesse an einem Land über die Kultur zu wecken, soll über die Argumente der Weltoffenheit und -läufigkeit ein Netzwerk aus Glaubwürdigkeit und Verlässlichkeit aufbauen. Dies soll die internationale Zusammenarbeit in allen Bereichen (v. a. aber in den Gebieten Wirtschaft und Politik) verstärken.<sup>260</sup>

Insgesamt kann eine Vernetzung und Verschränkung aller Prozesse auf dem ökonomischen Markt verzeichnet werden. Nicht nur innerhalb eines nationalen Marktes sind verschiedene Interdependenzen auszumachen, sondern auch über diverse Märkte in einem internationalen Rahmen hinweg. Diese Verzahnung manifestiert sich rückwirkend auch wieder in den einzelnen Unternehmen, die stets im Bewusstsein einer globalen Wirtschaft handeln müssen und dahingehend auch ihre Produkte ausrichten. Auf dem Buchmarkt ist allgemein nur der jeweilige nationale Raum oder der einer Sprachgemeinschaft relevant. So richten deutsche Verlage ihr Programm vordergründig auf Deutschland, Österreich und die Schweiz aus. Lizenzen werden in zahlreiche Länder verkauft, allerdings sind es überwiegend erfolgreiche Texte, die dem Verlag eine weitere Einnahmequelle über diesen Pfad bescherten. Wofür ausländische Verlage eine Lizenz fordern, wird meist durch sogenannte literarische „Scouts“ entschieden, die innerhalb einer Nation nach „verwertbaren“ Büchern für eine weitere Nation suchen.<sup>261</sup> Prinzipiell sind dafür vor allem Thema und Inhalt eines Buches wichtig, zweitrangig sind Stil und Sprache.

Sigrid Löffler erkennt die Stoßrichtung der Verlage:

Produziert werden sollen Mainstream-Bücher, die weltweit anschlussfähig sind. Mainstream-Bücher sollen marktgängig und benutzerfreundlich sein, die sollen mit Lesern rund um den Globus kompatibel sein, sie sollen leicht übersetzbar und womöglich verfilmbar sein, besser noch: überhaupt multimedial weiter verformbar.<sup>262</sup>

Damit das Buch ein Bestseller wird, muss es meist erst auf nationaler Ebene erfolgreich genug sein, um auch in den internationalen Markt vordringen zu dürfen. Lizenzen zur Übersetzung werden nur nachgefragt, wenn sich das Buch auf dem (inländischen) Markt

---

<sup>260</sup> Vgl. zu dieser Idee: Plachta: *Literaturbetrieb*, S. 168f.

<sup>261</sup> Zu den literarischen Scouts vgl. Breyer-Mayländer, Huse, von Koenigsmarck, Münch: *Wirtschaftsunternehmen Verlag*, S. 49.

<sup>262</sup> Löffler: *Buchmarkt und literarische Moden im deutschsprachigen Raum*, S. 254f.

bereits bewiesen hat. Dies gilt als eine Art Sicherheitsfunktion, die ausländischen Verlagen Hoffnung auf ähnliche Erfolge macht. Ob ein Roman verfilmt wird (als eine Hollywood-Produktion, was wiederum eine große Nachfrage nach Film und Buch nach sich zieht), hängt ebenfalls mit den Verkaufszahlen des Buches zusammen: Nur wenn sich der Text im internationalen Raum beweist (was hier vor allem auch die USA meint), wird er verfilmt. Die Reichweite des Films hängt dann wiederum von anderen Faktoren ab, wie etwa die Bekanntheit von Schauspielern und Regisseur, aber auch der Beibehaltung des Originaltitels. Verantwortlich für alle weitergehenden Maßnahmen (Lizenzvergabe für Übersetzungen, Verfilmung etc.) ist also der erste Erfolg, sprich: die Verkaufszahlen auf nationaler Ebene. Jedoch ist dieser erste Erfolg kein Garant für eine globale Vermarktung, kommen hier doch empfindliche kulturelle Abstufungen hinzu, die die Aufmerksamkeit der Zielgruppen auslösen müssen. Der Inhalt eines Romans muss daher so global sein, dass er unterschiedliche kulturelle und soziale Gruppen anspricht, gleichzeitig darf er aber nicht zu allgemein und banal sein, da ansonsten keine Mobilisierung von Seiten der Medien stattfindet, die ja als Multiplikatoren fungieren und für eine rasche Verbreitung der Thematik sorgen. Einer zu starken Skandalisierung muss ebenfalls vorgebeugt werden.

Unter den Begriff der Internationalisierung fallen hier nicht die deutschsprachigen Texte, die in der Originalversion im Ausland verkauft werden, sondern allein die in die jeweilige Landessprache übersetzten Titel. Dies ist ein Spezifikum der Buchbranche, in anderen Wirtschaftszweigen handelt es sich in diesem Fall nämlich um Export beziehungsweise Import bestimmter Produkte. Im Verlagswesen wird hingegen die Lizenz zur Übersetzung vergeben, ein bestimmter ausländischer Verlag darf dann dieses übersetzen lassen, um es sodann als Buch publizieren. Wie genau dann das Buch vermarktet wird ist individuell vom Verlag abhängig. Meist hat der Ursprungsverlag keinen Einfluss auf die Gestaltung oder etwa das Veröffentlichungsdatum, es sei denn, diese Eckdaten sind als Klauseln vertraglich geregelt.

Ein Buch stellt wirtschaftlich gesehen eine unique selling proposition (USP) dar, da es einzigartig und nicht nachzuahmen oder zu kopieren ist. Genau darin liegt der ökonomische Vorteil: Ein Verlag muss diese besondere Verkaufsposition ausnutzen, nicht nur im einheimischen Markt, sondern auch bei der internationalen Lizenzvergabe. In anderen Branchen sind hierbei besondere länderspezifische Timing-Strategien zu unterscheiden, die teilweise auch auf die Verlage angewandt werden können: Zu differenzieren gilt es zwischen der Wasserfall- und der Sprinkler-Strategie. Bei ersterer wird gewartet, bis sich das Produkt in einem Land etabliert hat, erst dann werden neue



Länder nach und nach akquiriert. Ein gleichzeitiger Markteintritt in mehrere Länder wird hingegen bei der Sprinkler-Strategie verfolgt.<sup>263</sup> Meistens werden Bestseller durch letztere Strategie verbreitet, wobei es abhängig ist von der Thematik und dem nationalen Erfolg, welche und wie viele Länder eine Lizenz erhalten wollen. Ebenfalls kommen meist die ausländischen Verlage (oder ihre Scouts) auf das Unternehmen zu; das heißt, nicht immer muss dieses das Buch bewerben, sondern der nationale Ruhm oder Erfolg haben diese Aufgabe bereits erfüllt. Bei weniger bekannten Büchern werden hingegen auch Lizenzen ins Ausland angeboten; dabei gibt es meist weniger Klauseln und Vorschriften als bei einem Bestseller. Schließlich kann es vorkommen, dass sich mehrere Verlage um die Übersetzungsrechte streiten und in Wettbewerb miteinander treten. Nicht immer wird dann das Angebot mit dem höchsten Profitversprechen ausgewählt, einige Verlage achten vielmehr auf das Verlagsprofil und andere Modalitäten.

Zum Schluss stellt sich nun die Frage – die eigentliche Leitfrage dieser Studie – wie international wettbewerbsfähig die deutschsprachige Literatur tatsächlich ist. Häufig werden deutsche Bestseller auch als internationale Erfolge angepriesen, doch was steckt wirklich hinter diesem Prädikat? Darum soll es in den drei nachfolgenden Fallstudien gehen, deren Erfolge nicht nur in Deutschland, sondern ebenfalls in einem internationalen Vergleich zwischen USA/Großbritannien und China umrissen werden sollen.

#### 1.8.1. China: Sozialistische Marktwirtschaft

##### 1.8.1.1. Das System der sozialistischen Marktwirtschaft

Das System der sozialistischen Marktwirtschaft wird in dieser Arbeit durch die Volksrepublik China vertreten, die zwar noch als eine der letzten Bastionen des Kommunismus gilt, sich allerdings auf Grund der Globalisierung immer stärker öffnet und auch neue Einflüsse gelten lässt.

Der Klassenkampf soll nunmehr durch Modernisierung, die Gleichmacherei durch Leistungsdenken, die Schablonisierung durch eine Philosophie der „Wahrheit in den Tatsachen“ und die Autarkiefeindlichkeit durch intensive Kontakte mit dem Ausland gelöst werden.<sup>264</sup>

---

<sup>263</sup> Vgl. hierzu: Ralph Berndt, Claudia Fantapié Altobelli, Matthias Sander: *Internationales Marketing-Management*, 3., überarbeitete und erweiterte Auflage mit 180 Abbildungen, Berlin, Heidelberg 2005, S. 154-157.

<sup>264</sup> Oskar Weggel: *China im Jahr 2000. Bürokratie und Markt* (Neue Weltmacht China, Folge 8), Hannover 1987, S. 15.

In China existiert mittlerweile eine Mischform aus Sozialismus und Kapitalismus, die als „sozialistische Marktwirtschaft“ bezeichnet wird.<sup>265</sup> Zu betonen ist hierbei, dass es nicht das politische System ist, das einem Wandel unterzogen wurde, sondern das ökonomische. Einzig das Wirtschaftssystem wurde reformiert. Allerdings sei das aktuelle Wirtschaftsklima in der Volksrepublik recht wechselhaft und instabil: „[E]s besteht kein Wettbewerbsklima für Privatunternehmen, der private Sektor ist noch viel zu klein, und eine moderne Klasse von Fachkräften, die für die Marktwirtschaft ausgebildet sind, ist kaum existent.“<sup>266</sup> Die Strukturen der Planwirtschaft wirken noch nach, sie zu durchbrechen ist nicht nur mit einer Reform des Systems, sondern ebenfalls mit einem temporären Aufwand verbunden. Die Volksrepublik China befindet sich in einer Situation „institutioneller Schwäche“, <sup>267</sup> da sich keines der beiden Wirtschaftssysteme vollständig durchsetzen kann und seine kompletten Mechanismen greifen können.

Wendepunkt im kommunistischen China sind die Beschlüsse des 3. Plenums des 11. Parteikongresses der Kommunistischen Partei Chinas von 1978. Hierbei wurden neue Ziele angestrebt, allen voran die wirtschaftliche Entwicklung und Modernisierung, die nun wichtiger wurden als die Prämissen des Klassenkampfes.<sup>268</sup> Damit entwickelte (und entwickelt sich noch immer) China weg von der kommunistischen Planwirtschaft hin zu einer Marktwirtschaft. Noch kann die Volksrepublik in ihren Systemen nicht mit den westlichen auf eine Ebene gestellt werden, eine starke Annäherung ist allerdings zu verzeichnen. Hinzu kommt, dass der Kollektivedanke nun zu Gunsten eines Konkurrenzdenkens und -handelns verabschieden muss.

Gegenwärtig unternimmt die Volksrepublik den Versuch einer Angleichung der Politökonomie an die Marktwirtschaft,<sup>269</sup> doch trotz aller Annäherungsversuche bleibt China ökonomisch gesehen ein Sonderfall (häufig wird in Verbindung mit China auch vom 'Staatskapitalismus' gesprochen). So werden weiterhin Preise für Produkte vom Staat vorgegeben, und auf dem Buchmarkt werden ebenfalls Titelvorgaben gemacht. Im

---

<sup>265</sup> Vgl. Willem van Kemenade: *China AG. Maos Utopie und die Macht des Marktes*. Aus dem Amerikanischen von Frank Wolf, München 1997, S. 19. Definiert wurde der Begriff auf dem 14. Parteitag Ende 1992.

<sup>266</sup> Van Kemenade: *China AG*, S. 533.

<sup>267</sup> Barbara Krug: *Kultur und wirtschaftliche Entwicklung in China*, in: Hans G. Nutzinger: *Religion, Werte und Wirtschaft. China und der Transformationsprozess in Asien*, Marburg 2002, S. 129-146, hier S. 131.

<sup>268</sup> Vgl. Peter O. Oberender, Jochen Fleischmann: *Chinas Herausforderungen an die Transformationstheorie*, in: dies. (Hrsg.): *China im Aufbruch. Hintergründe und Perspektiven eines Systemwandels*, Bayreuth 2004, S. 13-36, hier S. 19.

<sup>269</sup> Vgl. Weggel: *China im Jahr 2000*, S. 25.

Gegensatz zur sozialen greift der Staat in der sozialistischen Marktwirtschaft noch verstärkter regulierend ein, er dominiert die Wirtschaft.

Mit dem Übergangsprozess traten allerdings auch neue Probleme auf den Plan, etwa das einer verstärkten Konkurrenz, da nun auch private Unternehmen geduldet werden. Das führt zu einem Aufschwung von Joint Ventures zwischen privaten und staatlichen, zwischen in- und ausländischen Unternehmen, allerdings stets unter den Regulierungsansprüchen der Politik. Zeitgleich befinden sich die staatlichen Unternehmen in einem Niedergang, da sie den neuen Ideen und Finanzmitteln ihrer Konkurrenz nicht mehr standhalten können.<sup>270</sup> Einer näheren Betrachtung sollen nun noch Unternehmen unterzogen werden, deren Güter oder Dienstleistungen für die Öffentlichkeit bereitgestellt werden.<sup>271</sup> Augenscheinlich wird im Bereich Medien und Rundfunk den Unternehmen eine freiere Handhabung überlassen, tatsächlich beauftragt die Regierung Führungspersonen innerhalb der Unternehmen, die dann Ziele und Aufgaben festlegen. Somit wird die Planwirtschaft nur noch indirekt in den Firmen ausgeführt.

[D]ie Finanzen der Unternehmen werden in den Staatshaushalt integriert, Einnahmen und Ausgaben erfolgen zentral, die Investitionen der Unternehmen werden durch Subventionen der zentralen Finanzbehörden bereitgestellt. Die Regierung legt das Lohnniveau der Beschäftigten fest, und die Unternehmen haben keine Macht, dies zu durchbrechen.<sup>272</sup>

Marktein- und -austritt der einzelnen Unternehmen werden strikt kontrolliert, die Märkte (vor allem die öffentlichen) unterliegen folglich festen Regulierungen, die nicht durchbrochen werden können. Ebenfalls im Bereich der Preisfestlegung bleibt den einzelnen Unternehmen keine Wahlmöglichkeit, alles wird von der Regierung vorgegeben.<sup>273</sup> Ziel dieser Unternehmen ist es dabei auch nicht, eine Gewinnmaximierung zu erreichen (laut Vorgaben der KP), allerdings wandeln sich die Firmen immer stärker, und ein kapitalistischer Unternehmergeist mit dem Hang zu einem forcierten Wettbewerbsdenken breitet sich in der Volksrepublik aus.

Wichtiger Bestandteil einer sogenannten Planwirtschaft (und das ist das Prinzip, dem die chinesische Wirtschaft jahrzehntelang nachging) ist das Kollektivprinzip. Der

---

<sup>270</sup> Vgl. Prokla-Redaktion: *Editorial: China auf dem Weg zum Kapitalismus*, in: *Prokla. Zeitschrift für kritische Sozialwissenschaft: Chinesischer Kapitalismus*, Nr. 119, 2/Juni 2000, S. 172-179, hier S. 178.

<sup>271</sup> Vgl. dazu und im Folgenden: Zhongliang Shi: *Die Zukunft der Staatsunternehmen in China*, in: *Prokla. Zeitschrift für kritische Sozialwissenschaft: Chinesischer Kapitalismus*, Nr. 119, 2/Juni 2000, S. 166-280, hier S. 271f.

<sup>272</sup> Shi: *Die Zukunft der Staatsunternehmen in China*, S. 272.

<sup>273</sup> Vgl.: Shi: *Die Zukunft der Staatsunternehmen in China*, S. 272.

„Koordinationsmechanismus beruht darauf, daß der Staat alle wesentlichen ökonomischen Prozesse plant und leitet, was ökonomisch das Kollektiveigentum an Produktionsmitteln und politische diktatorische Befugnisse des Staates impliziert.“<sup>274</sup> Der Einfluss des Staates als Machtinstantz, dessen Rechte weit in die Ökonomie hineinreichen, wird bei dem Versuch einer Definition stets betont. In China wird versucht, „eine umfassende Änderung aller ökonomischen Institutionen, die mit einem Schlagwort als 'Deregulierung und Reprivatisierung' bezeichnet werden“<sup>275</sup>, durchzusetzen. Eine Annäherung des chinesischen Systems an das westliche Prinzip der Marktwirtschaft wird hieraus deutlich.

#### 1.8.1.2. Der chinesische Buchmarkt

Der chinesische Buchmarkt kann schwerlich mit den westlichen verglichen werden. Allein in den ersten sechs Monaten des Jahres 2008 wurden in China mehr als 80.000 Titel produziert, wobei die Auflagenhöhe von 99,5 Prozent der Titel unter 5.000 lag.<sup>276</sup> Im Jahr 2010 lag die Gesamtproduktion bei über 328.000 Titeln.<sup>277</sup> Auch in der Bepreisung machen sich Unterschiede zu westlichen Buchmärkten auf: Der Durchschnittspreis für ein belletristisches Buch liegt zwischen 18 und 20 Renminbi, also umgerechnet etwa zwei Euro. Die Volksrepublik China liegt mit ihrer Titelproduktion bereits seit Jahren an der Weltspitze, zumindest was die Quantität betrifft:

| Jahr            | 1991   | 1992 | 1993   | 1994    | 1995 |
|-----------------|--------|------|--------|---------|------|
| Titelproduktion | 90 156 | -    | 92 972 | 100 951 | -    |

Abbildung 10: Titelproduktion in der VRC 1991-1995.<sup>278</sup>

Die bereits im vorherigen Teil aufgeführten Veränderungen des ehemaligen planwirtschaftlich ausgerichteten Staates hin zu einer Marktwirtschaft, betreffen auch

<sup>274</sup> Dieter Cassel: *Wettbewerb der Systeme. Politische, wirtschaftliche und technologische Determinanten*, in: ders. (Hrsg.): *Wirtschaftssysteme im Umbruch. Sowjetunion, China und industrialisierte Marktwirtschaften zwischen internationalem Anpassungszwang und nationalem Reformbedarf*, München 1990, S. 1-13, hier S. 2.

<sup>275</sup> Barbara Krug: *Theoretische Grundlagen des Reformprozesses in der VR China. Wirtschaftspolitischer Konzeptionswandel als reflexpolitisch-ökonomischen Umdenkens*, in: Dieter Cassel (Hrsg.): *Wirtschaftssysteme im Umbruch. Sowjetunion, China und industrialisierte Marktwirtschaften zwischen internationalem Anpassungszwang und nationalem Reformbedarf*, München 1990, S. 276-293, hier S. 276.

<sup>276</sup> O.V.: *A new binding. Publishing mergers in China*, in: *The Economist* vom 23.05.2009, S. 65f., hier S. 65.

<sup>277</sup> BIZ Peking: *Buchmarkt China*, in: Homepage von Frankfurter Buchmesse, URL: [http://www.buchmesse.de/bilder/buchmesse/buchmarkt\\_china\\_2012\\_aktuell.pdf](http://www.buchmesse.de/bilder/buchmesse/buchmarkt_china_2012_aktuell.pdf) (letzter Zugriff am 10.09.2012).

<sup>278</sup> In Anlehnung an Ziermann: *Der deutsche Buch- und Taschenbuchmarkt*, S. 191.

die Entwicklungen auf dem Buchmarkt. Immer mehr Menschen haben einen Zugang zur Literatur, da sie einerseits lesen und schreiben können, andererseits eine größere Auswahl haben durch die politische und ökonomische Öffnung der Volksrepublik. Mehr als 2000 Tages- und Wochenzeitungen und über 3000 Rundfunk- und Fernsehstationen existieren in China.<sup>279</sup> Die Welle der Informationen, die über die chinesische Bevölkerung tagtäglich hereinbricht, ist also bei Weitem größer als in Deutschland. Immer stärker breitet sich auch die Nutzung des Internets aus, das überwiegend zur Informationsgewinnung (46 %) und zur Unterhaltung (32 %) genutzt wird.<sup>280</sup> Der Zensurbetrieb ist zwar noch immer im Gange, Veränderungen und leichte Lockerungen sind aber zu verzeichnen. Dies ist nicht zuletzt der technischen Entwicklung des Internets zu verdanken. Zwar bleiben zahlreiche Homepages für chinesische Internetnutzer gesperrt, allerdings haben sie bereits heute eine größere Informationsmöglichkeit als noch vor wenigen Jahren.

Die Anzahl der zu publizierenden Bücher wird in den Planvorgaben festgelegt, „die von den Verlagen nach den Möglichkeiten der Volkswirtschaft und den Bedürfnissen des Erziehungswesens ausgearbeitet werden.“<sup>281</sup> Auffällig auf dem chinesischen Buchmarkt ist, dass ein Großteil der Produktion sich auf Sach- und vor allem Schulbücher beschränkt.

Verlust machen vor allem die staatlichen Verlage, wohingegen private, sogenannte „culture studios“ wirtschaftlich erfolgreich sind, dafür aber illegal produzieren.<sup>282</sup> Legal ist ein Buch nur, wenn es von der Regierung eine Seriennummer erhält, das heißt, wenn es die Zensurbehörde passiert hat. Um die schlechte wirtschaftliche Lage der staatlichen Verlage zu verbessern, sollen diese nun mit den „culture studios“ zusammenarbeiten.

Auch im Verlagswesen zeigen sich erste Anzeichen von Autonomie. Die staatlichen Verlage stecken tief in den roten Zahlen, weil es für viele Titel, die sie verlegen, keinen Markt gibt. Autoren nehmen die Dienste unabhängiger Agenten in Anspruch, die mit dubiosen Methoden staatliche Lizenznummern (vergleichbar den ISBN-Nummern) erwerben, mit deren Hilfe sie über eigene dunkle Verteilungskanäle Bücher auf den Markt bringen, die schon vergriffen sind, bevor die Zensur einschreiten kann.<sup>283</sup>

---

<sup>279</sup> Vgl. Thomas Heberer: *Gesellschaft im Umbruch*, in: *Volksrepublik China. Informationen zur politischen Bildung* 289, 4/2005, S. 33-46, hier S. 44.

<sup>280</sup> Vgl. Heberer: *Gesellschaft im Umbruch*, S. 44.

<sup>281</sup> Lu Benrui: *Chinas Buchmarkt hat Zukunft*, in: Petra E. Dorsch, Konrad H. Teckentrup: *Buch und Lesen International. Berichte und Analysen zum Buchmarkt und zur Buchmarkt-Forschung*, Gütersloh 1981, S. 233-244, hier S. 233.

<sup>282</sup> Vgl. o.V.: *A new binding*, S. 65.

<sup>283</sup> Van Kemenade: *China AG*, S. 537.

Vor allem die noch immer herrschende Zensur beschneidet die 'künstlerische Freiheit' der Autoren. Als Themen, bei welchen die Zensur am stärksten eingreift, sind folgende auszumachen: Pornografie, Religion und Politik (d. h. Kritik am kommunistischen Regime oder Äußerungen, die nicht im Sinne der kommunistischen Partei sind). Deshalb werden selbst Bücher, die eine große Nachfrage versprechen, nicht gedruckt, wenn sie eines dieser Themen beinhalten.<sup>284</sup> Chinesische Verleger kämpfen also ebenso wie ihre westlichen Kollegen mit dem Problem, eine möglichst große Zielgruppe adäquat zum Kauf ihres Produktes zu animieren, stehen aber zusätzlich noch vor der Herausforderung der Zensur.

Wichtigster Vertreiber auf dem chinesischen Buchmarkt sind die *Xinhua*-Buchhandlungen (新华书店), eine Kette, die im gesamten Land Bücher an die Bevölkerung bringt. Häufig gibt es in China auch Buchmärkte, wo Händler zum Beispiel in Parks Neuerscheinungen präsentieren; oder den mobilen Verkauf, bei dem Verkäufer etwa in Fabriken oder Schulen Bücher anbieten.<sup>285</sup> Deutlich wird anhand dieser Beispiele, dass in China der Buchhändler verstärkt auf seine Kunden zugeht, sie an unterschiedlichen Orten besucht, sodass der Kunde nicht zur Buchhandlung gehen muss, sondern das Buch praktisch zu ihm kommt.

Werbung und Öffentlichkeitsarbeit gelten in China als Mittel, um die Transparenz des Marktes sicherzustellen. Werbeprospekte fungieren etwa als Informationsmaterial für Preise und neue Titel, die die Kunden auf Neuerscheinungen vorbereiten sollen.<sup>286</sup> Ähnlich wie in der westlichen Welt läuft die Dispersion der Informationen durch Werbung und Öffentlichkeitsarbeit in China ab:

Nachrichten über Neuerscheinungen werden in Zeitungen und im Rundfunk verbreitet. In den Zeitungen erscheinen Buchkritiken, Anzeigen, Empfehlungen und Verzeichnisse von Neuerscheinungen. Die Werbung wird vom Verlag entworfen, der auch die Prospekte und Kataloge druckt und die Anzeigen in den Zeitschriften disponiert.<sup>287</sup>

Die Werbemittel werden wiederum zentral von der *Xinhua*-Buchhandlung (新华书店) aus an potentielle Kunden verschickt. Wird in China ein Buch von einem Wissenschaftler besprochen, so steigt die Absatzzahl aller Wahrscheinlichkeit nach stark an, denn das Urteil eines Wissenschaftlers zählt in der VR viel.<sup>288</sup>

---

<sup>284</sup> Ein Beispiel hierfür sind die Memoiren des ehemaligen Premierministers Zhao Ziyang, der entlassen wurde, weil er die Studentenproteste am Tiananmen-Platz unterstützte. Vgl.: o.V.: *A new binding*, S. 66.

<sup>285</sup> Vgl.: Benrui: *Chinas Buchmarkt hat Zukunft*, S. 236.

<sup>286</sup> Vgl.: Benrui: *Chinas Buchmarkt hat Zukunft*, S. 242.

<sup>287</sup> Vgl.: Benrui: *Chinas Buchmarkt hat Zukunft*, S. 242.

<sup>288</sup> Vgl.: Benrui: *Chinas Buchmarkt hat Zukunft*, S. 243.

Nur langsam wird auch mehr internationale Literatur rezipiert:

Moreover, as a result of extensive deregulation that had introduced market forces to Chinese publishing, foreign literature is no longer a heavily guarded monopoly, the preserve of a small handful of publishing houses; it is now an open field ripe for general harvesting. Many publishing houses are now venturing into the foreign literature market, from newly established speciality houses such as Yilin Press, to those which previously only published Chinese writing, such as Writers Publishing House. Now that all art and literature publishing houses are permitted to bring out foreign translations, there is increasing competition within the industry.<sup>289</sup>

Die meisten Texte, die in China veröffentlicht werden, stammen jedoch immer noch aus den Federn chinesischer Autoren. Internationale Literatur hat auf dem chinesischen Buchmarkt nur einen geringen Stellen- und Absatzwert. Bedingt mag dies auch durch die Übersetzungsstrategie sein: Als etwa Elfriede Jelinek den Literaturnobelpreis erhielt, übersetzten verschiedene chinesische Verlage innerhalb kürzester Zeit die Bücher der Österreicherin. Einerseits aufgrund des Zeitdrucks, andererseits wegen der Komplexität der Originalbücher war das Ergebnis für den chinesischen Rezipienten nicht lesbar. Geeignete Abnehmer ließen sich für solche Texte nicht finden. Außerdem sind die Auflagenhöhen generell – für fremdsprachige Bücher aber besonders – gering. Wirtschaftlich gesehen, ist dies eine Marktlücke, ein geeignetes Unternehmen, das diese Kluft schließen möchte, hat sich bis jetzt allerdings noch nicht etabliert.

#### 1.8.2. Großbritannien/USA: Freie Marktwirtschaft

##### 1.8.2.1. Das System der freien Marktwirtschaft

Im angelsächsischen Raum dominiert das System der freien Marktwirtschaft. Dieses geht davon aus, dass der Markt Produktion und Konsum steuert, ohne dass Eingriffe von Seiten der Politik notwendig oder förderlich sind. Aufgabe des Staates ist es lediglich, einen ordnenden Rechtsrahmen zu schaffen, innerhalb dessen die Marktmechanismen dann frei wirken. Zentrales Merkmal dieser wirtschaftlichen Ordnung ist die These, dass die Nachfrage das Angebot bestimmt.

Seit Ronald Reagan wird in den USA ein politischer Laissez-faire-Führungsstil gepflegt, der den Unternehmen eine möglichst große Handlungsfreiheit ermöglicht. Aber auch wenn das System als freie Marktwirtschaft deklariert wird, ist festzustellen,

---

<sup>289</sup> Shuyu Kong: *Consuming Literature. Best Sellers and the Commercialization of Literary Production in Contemporary China*, Stanford 2005, S. 137.

dass die Wirtschaft zwar freier ist als in anderen Staaten, Regulierungen jedoch auch hier existieren.

Eine Laissez-faire-Wirtschaft besteht auch in Großbritannien nicht, auch hier gibt ein Ordnungsrahmen die Spielregeln für die Wirtschaft vor.

#### 1.8.2.2. Der angelsächsische Buchmarkt

Der US-amerikanische Buchmarkt machte in der ersten Hälfte des Jahres 2009 einen Umsatz von etwa 6,7 Milliarden Dollar.<sup>290</sup> 2005 kamen 210.000 Neuerscheinungen auf den amerikanischen Buchmarkt, wovon knapp zwölf Prozent fiktionale Literatur sind (25.184 Titel für das Jahr 2004).<sup>291</sup> Zwar ist der prozentuale Anteil der Belletristik damit deutlich geringer als in Deutschland, in absoluten Zahlen übersteigen die amerikanischen Neuerscheinungen allerdings die deutschen. Das Marktvolumen in den USA beläuft sich in der Buchbranche für das Jahr 1999 auf 2,4 Milliarden Bücher.<sup>292</sup> Von zehn neuen Titeln (frontbooks) schaffen es sieben nicht einmal, ihre eigenen Kosten zu amortisieren, sondern bringen dem Verlag Verlust ein. Nur zwei erreichen den Break-even-point und eines von zehn wird ein Hit.<sup>293</sup>

Die Anzahl der Verlage in den USA beträgt etwa 22.500, werden allerdings nur jene in Betracht gezogen, die mehr als drei Titel pro Jahr publizieren, so bleiben 2.000 Verlagshäuser übrig.<sup>294</sup> Diese Zahlen sprechen für eine blühende Landschaft kleiner und Kleinstverlage, die ökonomisch allerdings kaum Gewicht haben, erzielen diese doch selten einen hinreichenden Verkauf, um es auf eine Bestsellerliste zu schaffen. Das bedeutet für die verbleibenden Verlage wiederum weniger Konkurrenz.

Obwohl der Buchmarkt im Bereich der Absatzzahlen wächst, ist eine rückläufige Tendenz bei den unabhängigen Buchläden zu beobachten: 1991 gab es noch 5.100, 2004 nur noch 1.900.<sup>295</sup> Der Buchhandel in den USA ist zu einem Drittel in Buchhandelsketten organisiert, welche den größten Anteil des Umsatzes machen wobei alleine die drei Marktführer *Dalton*, *Waldenbooks* und *Crown* neunzig Prozent des Umsatzes generieren.<sup>296</sup>

---

<sup>290</sup> Vgl. Mara Delius: *Was nutzen noch Bestseller?* In: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* Nr. 95 vom 24. April 2009, S. 34.

<sup>291</sup> Greco, Rodriguez, Wharton: *Changes in the Book-Publishing Industry*, S. 5.

<sup>292</sup> Vgl. Greco, Rodriguez, Wharton: *Changes in the Book-Publishing Industry*, S. 23.

<sup>293</sup> Vgl. Greco, Rodriguez, Wharton: *Changes in the Book-Publishing Industry*, S. 30.

<sup>294</sup> Vgl. Eduard Schönstedt: *Der Buchverlag. Geschichte, Aufbau, Wirtschaftsprinzipien, Kalkulation und Marketing*, zweite, durchgesehene und korrigierte Auflage, Stuttgart, Weimar 1999, S. 53.

<sup>295</sup> Vgl. Greco, Rodriguez, Wharton: *Changes in the Book-Publishing Industry*, S. 23.

<sup>296</sup> Vgl. Schönstedt: *Der Buchverlag*, S. 54.



Der Buchhandel unterliegt prinzipiell einer Homogenisierung: Buchfilialen ähneln sich nicht nur im Angebot, sondern auch in ihrer Einrichtung oder dem Ambiente immer stärker. Aktuell ist etwa (auch in Deutschland) der Trend zu beobachten, dass immer mehr Buchhäuser ein Café in ihre Verkaufsräume integrieren. Dies dient einerseits erweiterten Absatzgenerierungen im Bereich der Gastronomie, soll aber auch neue Kunden anlocken, die hauptsächlich des Cafés wegen die Buchhandlung betreten. Letzteres zielt folglich auf die Mobilisierung neuer Zielgruppen ab. Neben den Buchhandelsketten werden Bücher in den USA häufig in Supermärkten zu sehr geringen Preisen verkauft.

Generell fallen die Preise moderater als in Deutschland aus, so wird für ein Taschenbuch durchschnittlich \$ 7,99 fällig. Wie auf dem deutschen Buchmarkt, so ist auch in den USA ein Buchhandelsrabatt üblich, dieser beläuft sich durchschnittlich zwischen 42 und 48 Prozent und ist damit ähnlich bemessen wie in Deutschland.<sup>297</sup>

Der angelsächsische Buchmarkt gilt (allein auf die Sprache bezogen) wohl als der größte. Die folgende Tabelle veranschaulicht die Titelproduktionen in Großbritannien und den USA:

| Jahr                           | 1991   | 1992   | 1993   | 1994   | 1995    |
|--------------------------------|--------|--------|--------|--------|---------|
| Titelproduktion Großbritannien | -      | 86 573 | -      | 95 015 | 101 764 |
| Titelproduktion USA            | 48 146 | 49 276 | 49 757 | 51 863 | 62 039  |

Abbildung 11: Titelproduktion in USA/GB 1991-1995.<sup>298</sup>

Die meisten Texte, die in Großbritannien verkauft werden, sind „Bücher einer weniger seriösen Art“<sup>299</sup>, was darauf hindeutet, dass diese Bücher eher zur Unterhaltung und Entspannung gelesen werden. Für den amerikanischen Leser muss das Buch, das er liest, ein Hit sein, ein Bestseller, ein Erfolg. Der Ruf des Buches zählt mehr als sein Inhalt, deshalb ist der gesamte US-Buchmarkt auf Massenphänomene hin ausgerichtet: Verbreitet wird hauptsächlich das, was auch von Massen gelesen wird. Auch die obigen Zahlen der Titelproduktion sprechen hierfür, denn von einem einzelnen Titel produziert der Verlag dann eine größere Masse, statt – wie etwa in Großbritannien – eine größere Masse an Titeln zu veröffentlichen. Verstärkt ist (vor allem in den USA) eine

<sup>297</sup> Greco, Rodriguez, Wharton: *Commercial and Scholarly Book Publishing*, S. 42.

<sup>298</sup> In Anlehnung an Ziermann: *Der deutsche Buch- und Taschenbuchmarkt*, S. 191. Nicht integriert sind hier andere Nationen wie Kanada oder Australien. Die Bezeichnung „angelsächsisch“ bezieht sich in der Arbeit lediglich auf die USA und Großbritannien.

<sup>299</sup> Peter H. Mann: *Buchmarkt-Forschung in Großbritannien*, in: Petra E. Dorsch, Konrad H. Teckentrup: *Buch und Lesen International. Berichte und Analysen zum Buchmarkt und zur Buchmarkt-Forschung*, Gütersloh 1981, S. 307-322, hier S. 319.

Homogenisierung der Inhalte und Aufmachungen festzustellen, die den Durchschnittsleser aber nicht zurückschrecken lassen, sondern ihn gegenteilig zum Kauf animieren. Oberstes Ziel ist daher nicht, gute Bücher zu publizieren, sondern Marktanteile zu sichern.

Der US-amerikanische Buchmarkt erreicht mit weniger Novitäten einen doppelt so großen Umsatz wie der deutsche.<sup>300</sup> Das bedeutet, dass sich die Titel häufiger verkaufen, was eventuell auch an einem größeren Markt liegen kann. Englischsprachige Bücher werden international auch ohne Übersetzung gut verkauft, vor allem im Bereich der Wissenschafts- und Fachbücher findet sich ein großer Absatzmarkt. Englisch ist weiterhin eine der am stärksten verbreitete Mutter- sowie Fremdsprache. Das heißt, auch hier kann ein bedeutender Absatzmarkt stimuliert werden.

Prekär ist eine Beobachtung, die die Lektoren für deutschsprachige Texte im angelsächsischen Raum betrifft: Sowohl in den USA als auch in Großbritannien sind diese kaum mehr der deutschen Sprache mächtig.<sup>301</sup> Die Entscheidung, eine Übersetzungslizenz zu erwerben hängt daher immer weniger von textinhärenten Kriterien ab, sondern verschiebt sich immer stärker auf die Analyse der Verkaufszahlen.

---

<sup>300</sup> Vgl. Schönstedt: *Der Buchverlag*, S. 53.

<sup>301</sup> Röhring: *Wie ein Buch entsteht*, S. 155.

## II. Analyse

Die vorangegangenen theoretischen Überlegungen sollen nun mit Beispielen abgeglichen werden, was anhand dreier deutscher Bestseller geschieht. 1985 erschien in Deutschland einer der erfolgreichsten Romane der Nachkriegszeit: Patrick Süskinds *Das Parfum. Die Geschichte eines Mörders*. Erst zehn Jahre später kam es zu einem vergleichbaren Erfolg mit Bernhard Schlinks *Der Vorleser*. Wieder zehn Jahre später erschien 2005 *Die Vermessung der Welt* von Daniel Kehlmann. Auch dieser Roman wurde in den Medien als (inter-)nationaler Bestseller bejubelt.

Das Hauptaugenmerk im nachfolgenden Teil liegt nicht auf einer Textanalyse, sondern auf der Herausarbeitung unterschiedlicher Erfolgsfaktoren. Gesondert für die nationale Vermarktung im deutschsprachigen Raum werden die Spezifika der Romane in verschiedenen Bereichen ausgearbeitet und analysiert. Zuerst sind die Einflussnahmen und Marketingstrategien der Verlage offenzulegen. Dabei sollen – soweit möglich – auch die Bedeutung der einzelnen Akteure und die unterschiedlichen Taktiken zur Generierung diverser Nachfrager angezeigt werden. Wie bereits im theoretischen Teil erläutert, gilt die Timing-Strategie als gegenwärtig wichtigstes Marketinginstrument, um ein Buch erfolgreich auf den Markt zu bringen. Um diese These zu belegen, werden in einem gesonderten Teil die jeweils zeitnahen Ereignisse oder Trends aufgezeigt, die eine mögliche Beeinflussung auf das Werk beziehungsweise dessen Erfolg hatten und haben. In einem nächsten Schritt sollen die Aktivitäten der Medien miteinbezogen werden. Insbesondere die Rezensionen und Kritiken in Zeitungen und Zeitschriften stehen hierbei im Mittelpunkt. Dabei soll sich auch die oben genannte These der Quantität der Beiträge in den Medien in Bezug auf den Erfolg der Bücher bestätigen. Ebenfalls tragen in einer besonderen Form die Literaturpreise zum Bestsellerstatus der Romane bei, wie sich in einem vierten Schritt zeigen soll. Auch hier soll wiederum dargelegt werden, dass sich die Menge der Preise, aber auch deren Reichweite und mediale Verbreitung auf den Erfolg von Autor und Buch auswirken. Auch die Wichtigkeit der Person des Schriftstellers selbst und der damit einhergehende Markenaufbau sollen in einem weiteren Unterpunkt analysiert werden. Wiederum verknüpft ist dieser Aspekt mit den Medien, die in Interviews oder Porträts den Fokus weg vom Text und hin zum Autor lenken. Dabei werden bei den drei genannten Schriftstellern äußerst unterschiedliche Strategien der Inszenierung und (Selbst-)Präsentation offengelegt, die jedoch allesamt zu einem ähnlichen Ergebnis führen.

Anschließend werden textinhärente Merkmale, sowohl stilistischer als auch inhaltlicher Art als Erfolgsfaktoren herausgestellt. Dieses Attribut steht wiederum in Verbindung mit den jeweils aktuellen Zeitgeschehnissen und Trends. Auch dadurch verstärkt sich die These, dass das Timing als elementar für den Bestsellererfolg auszulegen ist. Um neue Ziel- und Lesergruppen für einen Text zu erreichen, muss – wie sich in einem weiteren Unterkapitel zeigen soll – auch die Wissenschaft durch das Buch angesprochen werden. Dabei verdeutlicht sich, dass das Buch inhaltlich meist mehrere wissenschaftliche Arbeitsgebiete ansprechen muss, um dementsprechend wahrgenommen zu werden. Der letzte Erfolgsfaktor im nationalen Raum wird in der Weiterverwertung, also der Bearbeitung des Textes zum Hörspiel/-buch oder Film, aber auch als wesentlicher Bestandteil der Schullektüre ausgemacht.

Außerdem findet eine Zusammenfassung der internationalen Erfolge der Romane statt, die die These belegen soll, dass die gerühmten internationalen Bestsellerstatuten keineswegs immer zutreffen. Besonderes Augenmerk wird dabei auf den angelsächsischen und den chinesischen Buchmarkt gelegt. Insgesamt gilt es in den folgenden Kapiteln aufzuzeigen, wie sich die Gewichtung der Faktoren im Laufe der Zeit ändert sowie mögliche Gründe für diese Verschiebungen.

## 2.1. Patrick Süskind: *Das Parfum*

Süskinds Roman *Das Parfum*<sup>302</sup> war ursprünglich als Kurzgeschichte geplant, wuchs dann aber laut Autor rasch über das geplante Pensum hinaus. Dabei entstand einer der erfolgreichsten Romane der Nachkriegszeit. Erzählt wird die Geschichte des Genies und Mörders Jean-Baptiste Grenouille, der, geboren im stinkenden Paris 1738, die Welt lediglich durch den Geruchssinn wahrnimmt. Der Protagonist selbst besitzt jedoch keinen Eigengeruch. Süskind stattet seinen Helden mit einer Fähigkeit aus, die über die Literatur schwer zu vermitteln ist: Grenouille ist ein olfaktorisches Genie, das Gerüche aller Art erkennen, zuordnen und abspeichern kann. Der Text ist daher angefüllt mit Vergleichen, die dem Leser die unterschiedlichsten Düfte nahebringen sollen. Grenouilles Leben richtet sich an Gerüchen aus; sein Lebensziel besteht in der Generierung des perfekten Parfums, zubereitet aus dem Duft von 25 Jungfrauen. Zwar erreicht er sein Ziel, die Essenz herzustellen, dessen Wirkung ihn sogar vor der Hinrichtung als Mörder bewahrt, doch erkennt der Protagonist, dass dieser Duft ihn

---

<sup>302</sup> Patrick Süskind: *Das Parfum. Die Geschichte eines Mörders*, Zürich 1985.

nicht zu einem Menschen macht, der um seiner selbst Willen geliebt wird. Daher übergießt er sich am Schluss des Buches mit dem Parfum und wird in einem kannibalischen Akt von einer Horde Menschen aufgefressen.

### 2.1.1. Nationaler Erfolg

*Das Parfum* gilt als der erfolgreichste deutsche Roman nach dem Zweiten Weltkrieg. Neun Jahre lang hält sich das Buch auf der *Spiegel*-Bestsellerliste. Mehrere Millionen Exemplare werden in deutscher Sprache verkauft.

Die Auflagenhöhe gilt als primäres Messinstrument des Erfolgs, wie bereits im voranstehenden Kapitel gezeigt wurde. Bei Süskinds *Parfum* gestaltet sich diese folgendermaßen:

| Auflage | Exemplare |
|---------|-----------|
| 1.      | 50.000    |
| 3.      | 30.000    |
| 4.      | 50.000    |
| 5.      | 45.000    |
| 6.      | 50.000    |
| 7.      | 100.000   |

Abbildung 12: Auflagenhöhe von *Das Parfum*.<sup>303</sup>

Bereits zwei Monate nach Veröffentlichung sind 115.000 Exemplare verkauft, durchschnittlich verkaufen sich pro Woche 5.000 Bücher.<sup>304</sup> Aufgrund dieses Erfolgs beschließt der *Diogenes* Verlag eine Startauflage des Taschenbuchs von 325.000 Exemplaren.<sup>305</sup> Das Unternehmen spricht im deutschsprachigen Raum von 3,5 Millionen verkauften Exemplaren bis zum Jahr 2003, international belaufen sich die Verkaufszahlen auf 12,5 Millionen Exemplare.<sup>306</sup> Günther Stark betitelt den Roman als „Megaseller“, da er „bisher in zweistelliger Millionenhöhe über den Ladentisch der Buchhandlungen ging“.<sup>307</sup> Hingegen nennt Werner Frizen *Das Parfum* einen „bestseller di qualità“ nach Umberto Ecos Theorie.<sup>308</sup>

<sup>303</sup> Daniel Kampa: *Diogenes. Eine illustrierte Verlagschronik 1952-2002. Mit Bibliographie*, Zürich 2003, S. 424.

<sup>304</sup> Matthias Prangel: *Patrick Süskinds Roman Das Parfum. Überlegungen zu den Gründen seines Erfolgs*, in: Dirk Jürgens (Hrsg.): *Mutual Exchanges. Sheffield-Münster Colloquium II*, Frankfurt am Main u. a. 1999, S. 262-273, hier S. 262.

<sup>305</sup> Kampa: *Diogenes*, S. 428.

<sup>306</sup> Kampa: *Diogenes*, S. 459.

<sup>307</sup> Günther Stark: *Süskinds „Parfum“*. *Im Kampf zwischen Eros und Liebe*, Baden-Baden 2006, S. 1.

<sup>308</sup> Werner Frizen: *Das gute Buch für jedermann oder Versus Prometheus. Patrick Süskinds „Das Parfum“*, in: *Deutsche Vierteljahresschrift für Literaturwissenschaft und Geistesgeschichte*, 68/4, Dez. 1994, S. 757-786, hier S. 757.

Interessant ist, dass der *Diogenes* Verlag die Auflagenhöhen und Verkaufszahlen überhaupt publik macht, werden doch im Allgemeinen keine konkreten Zahlen veröffentlicht. Dies zeigt bereits, wie wichtig die Handlungsweise des Verlags für den Erfolg des *Parfums* ist.

#### 2.1.1.1. Der Verlag

Süskinds Manuskript gilt im Verlag von Anfang an als Erfolgsversprechen: So berichtet der Unternehmensleiter Rudolf C. Bettschart: „Zum Beispiel hatte er [der Verleger Daniel Keel, S. B.] einmal über Nacht ein Manuskript gelesen, ist am folgenden Tag in den Verlag gekommen, hat es mir auf den Kopf gehauen und gesagt: Jetzt haben wir einen Bestseller.“<sup>309</sup> Bei dem Manuskript handelte es sich um Süskinds *Parfum*. Und obwohl der Autor selbst nicht von seinem Text überzeugt ist, wird das Manuskript von Beginn an als Bestseller gehandelt. Süskind, der an der Qualität und dem Erfolg seines Textes zweifelt, rät *Diogenes*, *Das Parfum* in einer Auflagenhöhe von 5.000 Exemplaren zu drucken.<sup>310</sup> Doch der Verlag entscheidet sich erst für die doppelte, später dann für die zehnfache Menge.

Eine besondere Form der Werbekampagne startet Daniel Keel bereits vor Veröffentlichung: Er verschickt an die großen deutschsprachigen Zeitungen Kopien des Manuskripts, damit schon im Vorfeld Marktprognosen erstellt und eventuell auf Grund von Reaktionen seitens der Journalisten noch Änderungen vorgenommen werden können.<sup>311</sup>

Begünstigt wird die Bekanntheit des Romans außerdem durch einen Vorabdruck in der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung*. Da der Verlag daraufhin überaus positive Rückmeldungen bekommt, wird sogar der Veröffentlichungstermin vorgezogen:

Eine nie zuvor registrierte Zahl von Leserreaktionen, die darauf bei der FAZ einging, war dem Verlag ein deutliches Anzeichen dafür, daß er richtig lag, und er schickte nun kurz vor Weihnachten 1984 etliche tausende Leseexemplare an Buchhändler, Zeitungen und Magazine der deutschsprachigen Länder. Als die Resonanz auch auf diese Aktion überwältigend war, konnte der Erfolg als kalkulierbar gelten, und das Buch erschien Anfang 1985 mit der schon erwähnten Startauflage von 50.000 Exemplaren und eroberte sofort die Spitzenpositionen auf den deutschen Bestsellerlisten, die während der folgenden beiden Jahre, nicht mehr abgegeben wurde.<sup>312</sup>

---

<sup>309</sup> Von Zittwitz: *Diogenes for ever?* S. 80. In der Verlagschronik lautet Kehls Reaktion: „Ruedi, jetzt haben wir einen Welt-Bestseller.“ Vgl.: Kampa: *Diogenes*, S. 423. Von Lovenberg greift diese Episode in einer späteren Rezension auf. Vgl.: Felicitas von Lovenberg: *Bitte keinen Vorschuß!* In: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 12.09.2006.

<sup>310</sup> Kampa: *Diogenes*, S. 423.

<sup>311</sup> Vgl. dazu auch Prangel: *Patrick Süskinds Roman Das Parfum*, S. 263.

<sup>312</sup> Prangel: *Patrick Süskinds Roman Das Parfum*, S. 263f.

Auch diese positive Reaktion ist für die Erhöhung der ersten Auflage verantwortlich zu machen. Auf den erfolgreichen Start im Buchmarkt folgen jahrelang konstant hohe Verkaufszahlen, was wiederum eine hohe Auflagenzahl hervorruft.

*Diogenes* druckt aufgrund der enormen Nachfrage rasch Leseexemplare (diese allerdings lediglich mit einem schwarz-weißen Buchumschlag), worauf ebenfalls eine Nachfragewelle von Seiten der Buchhändler ausgelöst wird, die den Verlag drängen, die Herausgabe des Romans vorzuverlegen. So kommt *Das Parfum* bereits am 26. Februar 1985 in den Handel, statt wie ursprünglich geplant pünktlich zur Leipziger Buchmesse.<sup>313</sup> Das Buch enthält jedoch im Vergleich zum Vorabdruck über 150 Abweichungen, die vor allem stilistischer, aber teilweise auch inhaltlicher Art sind.<sup>314</sup> Offenbar wurde der Text noch einmal gründlich überarbeitet, schien doch der Erwartungsdruck an das Buch recht hoch zu sein. Insgesamt kann der Vorabdruck als eine Testform des Verkaufserfolgs gesehen werden, wodurch das Produkt (teilweise) verbessert wurde.

Besondere Aufmerksamkeit kommt auch dem Cover des Romans zu. 1985 lässt der Verlag nach acht Jahren Unterbrechung erstmals wieder mehr Geld in die Gestaltung seiner Werbemittel fließen: Die Vorschau für das Frühjahrs- und Sommerprogramm 1985 wird in Farbe gedruckt, auf der Titelseite prangt das Buchcover von Süskinds Roman *Das Parfum*. Dieses Beispiel verdeutlicht einerseits die Sicherheit, die der Verlag in dem Erfolgsversprechen verankert sieht, andererseits kann diese Aktion als verstärkende Marketingmaßnahme gedeutet werden, da ein farblicher Abdruck – zumal eines solchen Renners – mehr Aufmerksamkeit auf sich lenkt als ein Bild in schwarz-weiß.

Geschickt ausgewählt wird das Bild für *Das Parfum*: Ein Ausschnitt aus dem Gemälde „Nympe et Satyre ou Jupiter et Antiope“ von Antoine Watteau zierte den Umschlag. Neben der erotischen Ausstrahlung (enthüllte Brust) erweckt das Bild eine Unsicherheit beim Betrachter: Schläft die Abgebildete oder ist sie tot? Der Untertitel des Romans (*Die Geschichte eines Mörders*) verstärkt das Moment des Zweifels und macht den Betrachter neugierig. Eine Mischung aus „Sex and Crime“ soll hierbei suggeriert werden.<sup>315</sup> Übrigens begründet die Auswahl des Covers eine neue Gestaltungslinie im Verlag: Seitdem werden viele Titel mit einem historischen Gemälde verbunden.

Als 1988 der Verkauf des Romans stagniert, reagiert *Diogenes*, indem der Verlag

---

<sup>313</sup> Vgl. hierzu Kampa: *Diogenes*, S. 424.

<sup>314</sup> Vgl. dazu Frank Degler: *Asthetische Reduktionen. Analysen zu Patrick Süskinds 'Der Kontrabaß', 'Das Parfum' und 'Rossini'*, Berlin, New York 2003, S. 102.

<sup>315</sup> Ähnlich sieht es auch Nikolaus Förster: *Die Wiederkehr des Erzählens. Deutschsprachige Prosa der 80er und 90er Jahre*, Darmstadt 1999, S. 11.

pünktlich 250 Jahre nach der von Süskind inszenierten Geburt des Romanhelden Jean Grenouille im Jahr 1738, eine in Leder gebundene (gerade noch nicht parfümierte) numerierte [SIC!] und vom Autor signierte einmalige Sonderausgabe des Buches in, wie könnte es anders sein, 1738 Exemplaren zum stattlichen Preis von DM 150,- auf den Markt brachte.<sup>316</sup>

Der Ideenreichtum und die schnelle Reaktion auf den Markt zahlen sich aus. So kann sich *Diogenes* den in der Verlagsgeschichte bislang einmaligen und vor allem lang andauernden Erfolg zu Nutze machen. Dies ist auch ein Grund, weshalb die Taschenbuchvariante von *Das Parfum* erst Jahre nach Veröffentlichung der Originalausgabe erscheint. Denn der Verkauf des Hardcovers beschert dem Unternehmen deutlich höhere Einnahmen, da die Kunden nicht so lange warten wollen, um das Buch in der günstigeren Variante zu kaufen. Und auch mit dieser Taschenbuchausgabe gelingt *Diogenes* ein Marketingcoup, denn im November 1993 veröffentlicht der Verlag lediglich ein einziges neues Taschenbuch: *Das Parfum*. Dass der Zeitpunkt geschickt gewählt wurde und das Buch kurz vor Weihnachten auf den Markt kam, zeigte sich in den guten Verkaufszahlen. Die Hoffnungen und Erwartungen, die in diese Aktion gesteckt werden, erfüllen sich.

Für den Verlag bedeutet der Erfolg durch den Roman *Das Parfum* die Unabhängigkeit von Banken und Kreditgebern, darüber hinaus erlangt *Diogenes* so ebenfalls internationales Renommee.<sup>317</sup> Auch avanciert der Verlag zu einem Mittelstandsunternehmen, was ihn insgesamt solider wirtschaften lässt.

#### 2.1.1.2. Timing

Inmitten einer Phase der Literatur, in der chronologisches, stringentes Erzählen außer Mode zu sein scheint, fällt die Veröffentlichung des *Parfums*. Der Erfolg ist auch der Tatsache geschuldet, dass der Text eben nicht in die zeitgemäße Literaturströmung passt, sondern sich von dieser abwendet. Offensichtlich will Mitte der 1980er Jahre das Publikum Romane lesen, die nach einem traditionellen Erzählmuster konzipiert sind. Stilistisch verzichtet Süskind auf alle Strömungen und Einflüsse der Moderne, sein Text scheint bereits im 18. Jahrhundert verfasst worden zu sein.

Ebenso wendet sich Süskind inhaltlich gegen bestehende Konformitäten, er schreibt nicht (wie etwa Günter Grass) mit einer politischen oder gesellschaftskritischen Absicht. Sein Roman scheint ohne jeglichen Bezug zu politischen Debatten zu sein.

---

<sup>316</sup> Prangel: *Patrick Süskinds Roman Das Parfum*, S. 264.

<sup>317</sup> Kampa: *Diogenes*, S. 56.



Auch setzt er sich nicht mit der deutschen Vergangenheit auseinander, schreibt nicht gegen die Vätergeneration an. Darüber hinaus wendet sich Süskind einem neuen Feld zu, das literarisch noch nicht bearbeitet wurde: Den Fokus auf den Geruchssinn zu lenken, gilt als literarischer Coup. Hinzu kommt, dass Süskind den Roman aus Versatzstücken anderer literarischer Texte (vornehmlich aus der Romantik) zusammensetzt. Die zahlreichen Anspielungen, direkten und indirekten Zitate sprachen besonders die literarisch bewanderten Leser an. *Das Parfum* ist in einer entfernten Vergangenheit in Frankreich positioniert, was María Cecilia Barbeta als eine Wiedereinführung des Phantastischen, Trivialen und Anstößigen in die deutsche Literatur deutet.<sup>318</sup> Weiter identifiziert sie Süskind als einen Autor des Generationenwechsels.<sup>319</sup>

Süskinds Text gilt als *der* deutschsprachige Roman der Postmoderne. Jedoch erhält das Buch dieses Prädikat erst einige Jahre nach der Veröffentlichung. Zu Beginn wird *Das Parfum* in der Literaturszene mit gemischten Ansichten aufgenommen: An diesem Roman „schieden sich die Geister, und zwar vornehmlich aufgrund seines Verkaufserfolgs. Faktische Bestseller wollte man nun wiederum als Ausweis postmoderner Literatur nicht wirklich akzeptieren.“<sup>320</sup> Daraufhin kommt es zu einer Debatte, die Schriftsteller wollen „postmodern erfolgreich sein und gleichzeitig hochkulturell exklusiv – also modern. Das ging nicht zusammen und musste folglich theoretisch umrissen und permanent projiziert werden.“<sup>321</sup> Anders sieht es Barbeta, die behauptet, „*Das Parfum* hat nicht zuletzt auch durch seinen kommerziellen Erfolg bei gleichzeitig hohem ästhetischen Anspruch eine gewisse Entspannung in der deutschen Literatur bewirkt.“<sup>322</sup> Nicht zu leugnen sind die recht positiven Rezensionen in den Medien, die dem Autor einen eigenen Stil und literarisches Können attestieren. Eben diese Kreation eines Gegentrends, einer Abwendung von den gegenwärtigen Formen des Erzählens und der Darbietung von etwas (scheinbar) Neuem gelten in diesem Fall als Startpunkt und erste Erklärung für den Erfolg des Buches.

---

<sup>318</sup> María Cecilia Barbeta: *Poetik des Neo-Phantastischen. Patrick Süskinds Roman „Das Parfum“* (Epistemata Würzburger Wissenschaftliche Schriften Reihe Literaturwissenschaft Band 354 – 2002), Würzburg 2002, S. 94.

<sup>319</sup> Barbeta: *Poetik des Neo-Phantastischen*, S. 198.

<sup>320</sup> Christian Schärf: *Der Roman im 20. Jahrhundert*, Stuttgart, Weimar 2001, S. 170f.

<sup>321</sup> Schärf: *Der Roman im 20. Jahrhundert*, S. 171.

<sup>322</sup> Barbeta: *Poetik des Neo-Phantastischen*, S. 11.

### 2.1.1.3. Die Medien

Zwischen dem 16.10.1984 und dem 15.12.1984 erscheint der 52teilige Vorabdruck des Romans in der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung*. Dies ist von Seiten der Zeitung mehr eine Notlösung, da zu dieser Zeit dringend ein Text zur Publikation als Fortsetzungsroman gesucht wurde, doch wird diese Aktion – nämlich Süskinds Roman dort zu präsentieren – auch in der *Diogenes* Verlagschronik als „entscheidende Geburtshilfe“<sup>323</sup> bezeichnet. Überdurchschnittlich positiv fallen während des Vorabdrucks auch die Zuschriften der Leser aus, die teilweise das Erscheinen des Buches kaum mehr erwarten können. Der Vorabdruck schafft ein ganz anderes Lesegefühl: Neben der Spannung, wie es weiter geht, wen Grenouille als nächstes ausnutzt oder umbringt, wird eine öffentliche, gemeinsame Lektüre evoziert, die unter den Lesern ebenfalls ein Band der Komplizenschaft knüpft: „Not read in isolation as a novel but consumed by the thousands in the public pages of a newspaper, the story form reiterates and reifies the story content—the serial stalking, murder, and distilling of innocence.“<sup>324</sup>

Die Kritiker feiern Süskind und seinen neuen Roman, nur wenige kritische Stimmen werden laut, im Allgemeinen wird *Das Parfum* euphorisch aufgenommen. Hervorgehoben wird in den Rezensionen und Kritiken immer wieder, dass Süskind mit seinem Roman in eine neue Dimension vorstößt, nämlich in die Lesbarmachung der olfaktorischen Welt.

Eine der wichtigsten und ausschlaggebenden Rezensionen für die weitere Besprechung des Romans wurde am 2. März 1985 in der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* veröffentlicht. Darin lobt Marcel Reich-Ranicki *Das Parfum* in überschwänglicher Form. Allein der Name des Rezensenten und das sich bereits im Titel und Untertitel der Kritik manifestierende Lob, dürfen für einen Teil des Erfolgs verantwortlich gemacht werden.<sup>325</sup> Interessant ist hierbei noch der gesamte Aufbau der Kritik, der mit einer überraschenden Äußerung beginnt und Süskind dabei sogleich als Ausnahmetalent vorstellt:

Also das gibt es immer noch oder schon wieder: einen deutschen Schriftsteller, der des Deutschen mächtig ist; einen zeitgenössischen Erzähler, der dennoch erzählen kann; einen Romancier, der uns nicht nur mit dem Spiegelbild seines Bauchnabels belästigt; einen jungen Autor, der trotzdem kein Langweiler ist.

---

<sup>323</sup> Kampa: *Diogenes*, S. 423.

<sup>324</sup> Damon O. Rarick: *Serial Killers, Literary Critics, and Süskind's Das Parfum*, in: *Rocky Mountain Review*, Fall 2009, S. 207-224, hier S. 220.

<sup>325</sup> Marcel Reich-Ranicki: *Des Mörders betörender Duft. Patrick Süskinds erstaunlicher Roman „Das Parfum“*, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 02.03.1985.

Süskind wird hier als Autor beschrieben, der alle gegenteiligen Attribute eines zeitgenössischen Schriftstellers hat und somit gegen den Trend arbeitet. Des Weiteren ist anzumerken, dass Reich-Ranicki der erste Rezensent ist, der öffentlich die Parallelisierung von Grenouille mit Hitler vorschlägt. Außerdem erscheint die Kritik in der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung*, also just in dem Medium, das auch für den Vorabdruck des Romans verantwortlich war.

Auffällig im Vergleich zu den Romanen von Schlink und Kehlmann ist, dass sich die Rezensionen überdurchschnittlich stark mit dem Text an sich beschäftigen. Die frühen Rezensionen greifen dabei auch immer wieder auf Süskinds erste Veröffentlichung (*Der Kontrabaß*) zurück.<sup>326</sup>

Besonders häufig wird der erste Satz des *Parfums* zitiert und zur Verdeutlichung von Süskinds Stil die lange Aufzählung angeführt über den Gestank in Paris.<sup>327</sup> Diese beispielhaften Zitate sollen dazu dienen, dem Leser Lust auf das Buch zu machen. Wolfram Schütte erkennt darin etwa das Versprechen mehrerer Aspekte an den Leser: „einen historischen Stoff, ein erzählerisches Programm, ein menschliches Exempel, Suspense und Spannung, die sich zwischen Genialität und Abscheulichkeit seines Helden ergeben.“<sup>328</sup> Deutlich wird, dass es vor allem der Anfang des Romans ist, der die Rezensenten fasziniert. In diesem Anfang muss – ähnlich wie bei Schlink – auch ein Faktor des Erfolgs gesehen werden. Der Leser wird in eine Geschichte hineingezogen, wobei der Anfang als fesselndes Lektüreerlebnis den Leser bannt. Des Weiteren fassen die Kritiken meist das Geschehen zusammen, auffällig häufig wird dabei die durch Grenouilles Parfum ausgelöste Orgie in Grasse erwähnt.

Auch wird Grenouille zwar als Genie, jedoch auch meist im selben Satz als Mörder und seelenloser Zeck bezeichnet. Sein Talent wird von moralischen und sozialen Defiziten überdeckt. Diese Methode der Darstellung eines Genies wird sich später in ähnlicher Form bei Kehlmanns Roman *Die Vermessung der Welt* wiederholen.

Gelobt werden darüber hinaus die kleinteilige Aufzählung und der Detailreichtum im *Parfum*:

---

<sup>326</sup> So etwa: Thomas Hocke: *Duftige Mordrätsel aus dem Paris Watteaus. Erzähl-Debüt: Patrick Süskinds Roman "Das Parfum"*, in: *Rheinischer Merkur/Christ und Welt* vom 23.03.1985; Jürgen P. Wallmann: *Der Duft des großen kleinen Genies*, in: *Deutsches Allgemeines Sonntagsblatt*, 14.04.1985; Wolfram Knorr: *Aus Zwerg Nase wird ein Frankenstein der Düfte*, in: *Die Weltwoche* vom 21.03.1985.

<sup>327</sup> Süskind: *Das Parfum*, S. 5f.

<sup>328</sup> Wolfram Schütte: *Parabel und Gedankenspiel. Patrick Süskinds erster Roman „Das Parfum“*, in: *Frankfurter Rundschau* von Ostern 1985.

Welch eine Vielfalt von Essenzen, Ölen, Gewürzen, führt Süskind uns unter die Nase! Dazu die genaue Beschreibung der verschiedenartigen Methoden zur Gewinnung von Duftsubstanzen und Parfummischungen. Das Ganze durchsetzt mit Einblicken in die Sozial-, Kultur- und Geistesgeschichte des 18. Jahrhunderts. Die Lust auf Wohlgerüche flog mich beim Lesen an!<sup>329</sup>

Hier greift die Rezensentin gar zu einem persönlichen Ausruf, um ihr Wohlgefallen an dem Text kundzutun. Gelobt wird das teilweise szenische Schreiben, das beinahe an filmische Episoden erinnert. Jedoch ist dabei häufig auch indirekte Kritik verborgen, da manche Passagen so „stationenhaft aneinandergeheftet“ wirkten.<sup>330</sup> Generell bestehen einige Rezensionen mehr aus Zitaten als aus Anmerkungen, Kommentaren oder Bewertungen.<sup>331</sup> Stadelmaiers Rezension in der *Zeit* beginnt mit einer längeren Zusammenfassung von Süskinds Erstlingswerk *Der Kontrabaß*, worauf eine Einführung in *Das Parfum* mit der Mordszene am sogenannten Mirabellen-Mädchen folgt.<sup>332</sup> Stadelmaier will mit diesen ausführlichen Zusammenfassungen verdeutlichen, dass Süskind unterschätzt wird. Auch hebt er hervor, wie Süskind sich auf zahlreiche andere Autoren und ihre Werke bezieht und pointiert diese Methode mit dem später in der Sekundärliteratur viel zitierten Satz: „Grenouille plündert tote Häute, Süskind tote Dichter.“ Auch werden damit indirekt Autor und Romanfigur in Bezug auf ihre Arbeitsweisen parallelisiert.

Hervorgehoben und gerühmt wird des Öfteren der Stil Süskinds. Dabei ist es im Besonderen die Vermittlung bestimmter Geruchseindrücke, die dem Autor hier gelungen zu sein scheinen: Er versuche „unserer Phantasie mit der rhetorischen, alt-epischen (und barocken) Finesse der Anapher das Eklige des Gestanks „vorstellbar“ zu machen“. <sup>333</sup> Auch schwanke Süskind zwischen verschiedenen Erzählstilen, die teils belehrend, teils beschreibend seien. Hieraus wird wiederum ersichtlich, dass die Lektüre mit einem Lerneffekt verbunden sein soll. Authentische Geruchsbeschreibungen und das Lob für die getreue Darstellung des Frankreichs des 18. Jahrhunderts sprechen ebenfalls für diese Annahme. Interessanterweise erhoffen und erwarten zahlreiche Kritiker immer noch weitere Nebeneffekte: Der Roman soll nicht nur unterhalten, er soll zugleich auch bilden. Besonders als „Einführung in eine Epoche des Parfums“<sup>334</sup> sowie als Informationslieferant zum Leben in Paris im 18. Jahrhundert oder als

---

<sup>329</sup> Gabriele Alings: *Dufte. Patrick Süskinds "Parfum" - ein Mörder auf der Suche nach dem Duft aller Düfte*, in: *Die Tageszeitung* vom 04.04.1985.

<sup>330</sup> Beatrice von Matt: *Das Scheusal als Romanheld. Zum Roman "Das Parfum" von Patrick Süskind*, in: *Neue Zürcher Zeitung* vom 15.03.1985.

<sup>331</sup> Als Beispiel für eine besonders weit getriebene Form des Zitierens vgl. Alings: *Dufte*.

<sup>332</sup> Gerhard Stadelmaier: *Lebens-Riechlauf eines Duftmörders*, in: *Die Zeit* vom 12.-15. März 1985.

<sup>333</sup> Schütte: *Parabel und Gedankenspiel*.

<sup>334</sup> Michael Fischer: *Ein Stänkerer gegen die Deo-Zeit*, in: *Der Spiegel*, Nr. 10/1985, 04.03.1985.

Ratgeber zur Parfumherstellung wird das Buch angepriesen. Ebenfalls wird der Roman als Einführung in die Sozialgeschichte und in die Umbruchsprozesse der Zivilisation im 18. Jahrhundert verstanden.<sup>335</sup> Wolfram Knorr liest den Roman als eine „Huldigung an eine Epoche“ und nennt die Errungenschaften des 18. Jahrhunderts.<sup>336</sup> Diese Anmerkungen verdeutlichen, dass es den Rezensenten wichtig ist, einen Zusatznutzen über die Unterhaltungsfunktion hinaus hervorzuheben. Dem Leser soll mehr geboten werden als ein literarischer Text. Auch wird des Öfteren unterstrichen, der Roman habe einen Bezug zur Gegenwart, was dem Leser wiederum dienen soll, kann er doch aus dem Roman eine Lehre für sein Leben ziehen, auch wenn diese nur darin bestehen mag, die Welt „mit offener Nase“ wahrzunehmen, wie ein Proband nach seinen Lektüreerlebnissen gefragt feststellt.<sup>337</sup> *Das Parfum* wird hierbei zu einer Art Lehrbuch und Belehrungswerk und damit von seinem ursprünglichen Zweck der Unterhaltung entfremdet. In einem weiteren Schritt erkennen einige Kritiker die Anweisung an den Leser, sich seines Geruchsorgans bewusster zu bedienen: „Süskinds Buch ist nicht nur witzig und gescheit, es regt auch dazu an, das eigene verkümmerte Geruchsorgan wieder zu aktivieren, Gerüche zu erinnern und zu imaginieren – in einer Zeit der Individualisierung der Nase.“<sup>338</sup>

Die meisten Rezensenten verraten das Ende des Romans nicht.<sup>339</sup> Sie setzen sich mehr mit der überschwänglichen Sprache und dem Detailreichtum auseinander. Auch scheint der Schluss des Buches nicht von primärer Wichtigkeit zu sein, um den Roman zu verstehen, vielmehr entspricht das Geheimhalten des Endes dem Genre des Kriminalromans, bei dem in einer Rezension ja meistens auch nicht veröffentlicht wird, wer der Täter ist. Jedoch finden sich einige Kritiker, die den Schluss verraten, wobei sie nicht nur erwähnen, dass Grenouille stirbt, sondern auch die kannibalische Szene nacherzählen.<sup>340</sup> Die Spannung, wie der Protagonist umkommt und auch, ob er es tatsächlich schafft, sein Parfum aus den 25 Jungfrauen zu kreieren, wird in diesen Fällen ausgehebelt.

Eher selten, aber doch hin und wieder, wagen die Rezensenten eine Deutung oder Interpretation: Einige beziehen sich in ihren Kritiken auf den „Hygienewahn“ und das

---

<sup>335</sup> Alice Villon-Lechner: *Wie ein zynischer Gott im Reich der Düfte*, in: *Tages-Anzeiger Zürich* vom 07.03.1985.

<sup>336</sup> Knorr: *Aus Zwerg Nase wird ein Frankenstein der Düfte*.

<sup>337</sup> Werner Graf: *Der Sinn des Lesens. Modi der literarischen Rezeptionskompetenz (Leseforschung Band 1)*, Münster 2004, S. 126.

<sup>338</sup> Villon-Lechner: *Wie ein zynischer Gott im Reich der Düfte*.

<sup>339</sup> Zum Beispiel: Alings: *Dufte*; Hocke: *Duftige Mordrätsel aus dem Paris Watteaus*; Wallmann: *Der Duft des großen kleinen Genies*; Villon-Lechner: *Wie ein zynischer Gott im Reich der Düfte*.

<sup>340</sup> Vgl. etwa Schütte: *Parabel und Gedankenspiel*.

Verlangen nach Wohlgeruch in der Gegenwart.<sup>341</sup> Darin sehen sie die Hauptaussage Süskinds, der die Menschen auf ihre übertriebene Reinlichkeit und die Ablehnung eines natürlichen Geruchs aufmerksam machen will.

Negativ äußern sich nur wenige Rezensenten. Eine Ausnahme bildet Rudolf Krämer-Badoni, der die Qualität des Romans herabstuft:

Und wo ist der Witz des Ganzen? Die neue Mythe eines olfaktorischen Vampirs? Zu spät für neue Mythen! Das ergibt höchstens morbides Amusement und Stoff für Horrorfilme. Was also? Sollen wir, seit wir des neuen Sterns Süskind "anrühig" wurden, ihm die Apotheose zubilligen oder die Apokol[ok]yntosis, die Verkürbissung, wie sie dem Kaiser Claudius nachgerufen wurde? Dann doch wohl letzteres, o du mein Sokrates!<sup>342</sup>

Auch Joachim Kaiser kommt am Ende seiner Rezension zu einem eher gemischten Ergebnis. Vor allem den Schreibstil mit den zahlreichen Adjektiven und Partizipien bewertet er als negativ.<sup>343</sup> Als „Spektakelliteratur“ sieht Beatrice von Matt *Das Parfum*:

So viel wie "Der Name der Rose" fordert "Das Parfum" dem Leser freilich nicht ab. Statt auf eine ausgeklügelte Konstruktion samt schwer zu bewältigendem Wissens- und Bildungsangebot stößt er hier auf eine Folge laut bis überlaut orchestrierter Episoden, die ein bestechender Einfall zusammenhält: Dinge, Lebewesen eine ganze Stadt, Paris zur Zeit des mittleren 18. Jahrhunderts werden auf ihre Gerüche und Ausdünstungen reduziert – die im eigentlichen Wortsinn als deren Essenz gelten.<sup>344</sup>

Von Matt kritisiert weiter das Eindimensionale und Triviale in Süskinds Prosa. Auch bemängelt sie, dass der Leser äußerst wenig über real-historische Ereignisse und die damaligen Zustände erfährt. Sie versteht Literatur als Vermittlung von Wissen.

Selbst Reich-Ranicki empfindet die zweite Hälfte des Romans als eher enttäuschend. Von dem Moment, als Grenouille Paris verlässt und sich auf den Weg nach Grasse macht, „schwinden mit der Unmittelbarkeit und Suggestivität des Romans auch dessen Schlüssigkeit und Überzeugungskraft.“<sup>345</sup> Die Episoden mündeten in Beliebigkeit und eine ernüchternde Form der Wiederholung trete ein, so Reich-Ranicki. Dabei gilt eben gerade diese Form der Wiederholung und des Stils als eminentes Element der Postmoderne.

---

<sup>341</sup> Etwa Schütte: *Parabel und Gedankenspiel*; Fischer: *Ein Stänkerer gegen die Deo-Zeit*.

<sup>342</sup> Rudolf Krämer-Badoni: *Neuer Vampir für den Film? Patrick Süskinds Romangeschichte eines Mörders*, in: *Die Welt* vom 16.02.1985.

<sup>343</sup> Joachim Kaiser: *Viel Flottheit und Phantasie: Patrick Süskinds Geschichte eines Monsters*, in: *Süddeutsche Zeitung* vom 28.03.1985.

<sup>344</sup> Von Matt: *Das Scheusal als Romanheld*.

<sup>345</sup> Reich-Ranicki: *Des Mörders betörender Duft*.

In zahlreichen Kritiken wird auf den Erfolg des *Parfums* eingegangen: Wolfram Schütte erkennt in einer frühen Rezension, dass das Buch ein Erfolg werden wird, sind doch die ersten Leserreaktionen überaus positiv.<sup>346</sup> Auch werden in der Besprechung die ersten Erfolge des Romans erwähnt. Dies unterstützt die Annahme, dass die ersten positiven Reaktionen dahingehend genutzt wurden, um mehr Leser zu generieren und das Buch wahrlich erfolgreich zu machen. Wallmann versucht zugleich den Erfolg des Romans zu entschlüsseln, obwohl das Buch zu diesem Zeitpunkt gerade ein Jahr auf dem Markt ist. Als Erfolgsfaktor macht er neben der Handlung den Stil des Textes aus:

Gewiß, schwierige experimentelle Literatur kann es nicht sein, die derart breite Zustimmung findet. Aber wäre es nicht möglich, daß wir es hier mit jener Art niveauvoller, gut geschriebener Unterhaltungsliteratur zu tun haben, die es, wie man immer hört, wohl bei den Engländern und Franzosen, nicht aber bei uns gibt? So ist es in der Tat.<sup>347</sup>

Der Vergleich mit der internationalen Literatur bestätigt wiederum den Schritt zur Homogenisierung des gesamten literarischen Marktes, wodurch eine Form des gleichen Stils entsteht. Auch entdeckt Wallmann bereits eine Form der doppelten Kodierung des Textes, zumindest was die Figur Grenouilles angeht:

Der eine mag Patrick Süskinds Roman "Das Parfum", die Geschichte des größten Parfümeurs aller Zeiten, als eine Anspielung auf jenen politischen Verführer lesen, der sich als den größten Feldherrn aller Zeiten preisen ließ, als eine Allegorie auf jeden Massenwahn, der sich auf Blutopfer gründet; ein anderer wird ihn als phantasievolle und spannende Unterhaltung gelten lassen. Auf ihre Kosten kommen sie beide.<sup>348</sup>

Wie erfolgreich der Roman war und ist, untermauern die Journalisten der späteren Artikel mit Zahlen, wie etwa in folgendem Beispiel: „Das Buch erschien 1985, hielt sich neun Jahre lang auf der „Spiegel“-Bestsellerliste, erzielte eine Gesamtauflage von mehr als 15 Millionen und wurde in mehr als 40 Sprachen übersetzt.“<sup>349</sup>

Stadelmaier erkennt, dass *Das Parfum* gegen die Trends der Zeit geschrieben ist. Neben dem traditionellen Erzählstil macht er vor allem das „Vernünftige[...], Aufgeklärte[...], Gedachte[...]“ aus und kommt zu dem Schluss: „Hier beschreibt einer mit nichts als erzählerischer, kausaler und causeriereicher Rationalität, mit erlesen und fein gesetzten, geformten und „alten“ Wörtern und Methoden die grandiosen Abenteuer einer ganz und

---

<sup>346</sup> Schütte: *Parabel und Gedankenspiel*.

<sup>347</sup> Wallmann: *Der Duft des großen kleinen Genies*.

<sup>348</sup> Wallmann: *Der Duft des großen kleinen Genies*.

<sup>349</sup> Mak/ap: *Patrick Süskind: So flüchtig wie ein Duft*, in: Homepage von *Focus*, URL: [http://www.focus.de/kultur/buecher/patrick-sueskind-so-fluechtig-wie-ein-duft\\_aid\\_383496.html](http://www.focus.de/kultur/buecher/patrick-sueskind-so-fluechtig-wie-ein-duft_aid_383496.html) (letzter Zugriff am 17.09.2012).

gar neuen Erfahrung.“ Beinahe scheint es, als würde die Rückkehr zu älteren Erzählformen neuen Wind in die Gegenwartsliteratur bringen. Auch wirken die Kritiker übersättigt von der bisherigen deutschen Gegenwartsliteratur, die sich zu einem „„Empfindsamkeits“- „Betroffenheits“- „Erschrockenheits“- und Ich-Literatur-Eintopf“ vermengt hatte.<sup>350</sup>

Wolfram Knorr schreibt in seinem Artikel, dass Süskind sich nicht von Moden und Trends beeinflussen lasse und vor allem ein Ziel mit seinen Texten verfolge: „nicht langweilen“.<sup>351</sup> Dies ist ebenfalls das Motto des *Diogenes* Verlags selbst („Jede Art zu schreiben ist erlaubt – nur die langweilige nicht“). Diese Aussagen entsprechen einander so gut, dass Süskind als der Autor schlechthin für den *Diogenes* Verlag angesehen werden kann, ist es doch dem Schriftsteller nicht zuletzt geschuldet, dass das Unternehmen auch finanziell abgesichert war (und teilweise noch immer ist).

Es sind vor allem spätere Artikel, die entweder den Autor porträtieren oder aus anderen Anlässen (Verfilmung, Geburtstag Süskinds o. Ä.) verfasst wurden, welche die Erfolgsgeschichte des Romans nachzeichnen. Sie benennen ebenfalls den nationalen und internationalen Erfolg des Buches.<sup>352</sup> Hin und wieder werden darin auch Marketingkniffe des Verlags kund getan, wie etwa die Aktion, „die Taschenbuch-Ausgabe in einer Startauflage von fünfhunderttausend Exemplaren auf den Markt zu werfen und dem Handel gleich Pakete zu fünfzig Stück in die Läden zu schaffen.“<sup>353</sup> Franz Josef Görtz nennt den Wunsch der Leser des Vorabdrucks, der Verlag möge doch das Ende um Grenouille verraten und auch mehr zur Person des Autors preisgeben. Der Vergleich mit anderen Bestsellerromanen fehlt auch in diesen Besprechungen nicht, wobei wiederum Grass und Remarque als Maßstab genommen werden.<sup>354</sup>

Seltener wird darauf hingewiesen, dass Süskind nach dem *Parfum* nichts vergleichbares mehr publizierte und „verstummt“.<sup>355</sup> Tatsächlich veröffentlichte er noch vier weitere Bücher (*Die Taube* (1987); *Die Geschichte von Herrn Sommer* (1991); *Drei Geschichten* (1995) sowie *Über Liebe und Tod* (2006)) und arbeitete an einigen Drehbüchern mit.

---

<sup>350</sup> Knorr: *Aus Zwerg Nase wird ein Frankenstein der Düfte*.

<sup>351</sup> Knorr: *Aus Zwerg Nase wird ein Frankenstein der Düfte*.

<sup>352</sup> Vgl. Mak/ap: *Patrick Süskind: So flüchtig wie ein Duft*; Alexander Kissler: *Spurensuche: Wer ist Patrick Süskind?* In: *Die Welt* vom 10.09.2006, auch in: Homepage von *Die Welt*, URL: [http://www.welt.de/print-welt/article151518/Spurensuche\\_Wer\\_ist\\_Patrick\\_Sueskind.html](http://www.welt.de/print-welt/article151518/Spurensuche_Wer_ist_Patrick_Sueskind.html) (letzter Zugriff am 14.09.2012); Angelika Röpcke: *Öffentlichkeitsscheuer Weltautor*, in: *Kölner Stadtanzeiger* vom 07.09.2006, auch in: Homepage von *Kölner Stadtanzeiger*, URL: <http://www.ksta.de/html/artikel/1157607408102.shtml> (letzter Zugriff am 17.09.2012).

<sup>353</sup> Franz Josef Görtz: o. T. Frankfurt am Main 1994.

<sup>354</sup> Vgl. beispielsweise Volker Hage: *Die Enkel kommen*, in: *Der Spiegel* vom 11.10.1999, S. 244-254.

<sup>355</sup> Mak/ap: *Patrick Süskind: So flüchtig wie ein Duft*; Röpcke: *Öffentlichkeitsscheuer Weltautor*.



Viele Artikel erwähnen Süskinds Geburtsjahr und seinen Geburtsort. Auch dessen (relativ) jugendliches Alter und sein Drama *Der Kontrabaß* werden des Öfteren genannt. Interessanterweise findet sich in den ersten Kritiken noch keine (oder eine nur sehr seltene) Aussage über Süskinds Medienscheu. Erst nach einiger Zeit, als sozusagen das Interesse an der Person des Autors geweckt wurde, beginnen die Journalisten mehr über den Charakter und den Menschen Süskind herauszufinden. Dann auch wird dessen Medienscheu als Geheimnis in die Artikel integriert. Jedoch erwähnen einige frühe Besprechungen, dass der Autor nicht besonders bekannt sei (woran sich außer durch die Popularität des Namens eigentlich nichts geändert hat). Hinzu kamen über die Jahre nur immer mehr Verschwörungstheorien und Anekdoten aus Süskinds Leben, die den Lesern als sensationelle Entdeckungen kundgetan wurde.

Das Mysterium um die Autorpersönlichkeit provoziert eine Vielzahl von Porträts in den Medien, die sich damit beschäftigen, die Identität Süskinds zu entschlüsseln. Häufig kommt dabei das Mittel der nacherzählten Anekdoten aus der Kindheit des Autors ins Spiel, die sich in abgewandelter Form in nahezu allen Darstellungen wiederholen. Einige Rezensenten greifen immer wieder auf das von Patrick Süskind verfasste Selbstporträt zurück, zitieren noch Jahre nach Erscheinen aus diesem Artikel und erkennen scheinbar nicht, wie ironisch und mehrdeutig die Beschreibung teilweise klingt.<sup>356</sup>

Süskinds Persönlichkeit und dabei vor allem seine Medienscheu und seine Zurückgezogenheit werden in beinahe allen späteren Rezensionen erwähnt.<sup>357</sup> Dabei verstärkt sich der Mythos um den Autor des Bestsellers, dessen bahnbrechender Erfolg meist ebenso hervorgehoben wird. Zugleich entstand dabei auch das Prädikat des „literarischen Phantoms“, das sich in einigen Artikeln wiederfindet.<sup>358</sup> Neben dem Geburtsdatum und einer knappen Zusammenfassung von Süskinds Biografie (soweit bekannt), erscheint in zahlreichen Rezensionen und Porträts der Vater, Wilhelm Emanuel Süskind.<sup>359</sup> Dessen Autorität und Persönlichkeit werden als prägend nicht nur für das Schaffen Patrick Süskinds, sondern auch für dessen Verhalten gegenüber der Öffentlichkeit angesehen. Um die Wichtigkeit und Berühmtheit des Vaters

---

<sup>356</sup> Patrick Süskind: o. T., in: *Theater Heute*, November 1981.

<sup>357</sup> Vgl. Mak/ap: *Patrick Süskind: So flüchtig wie ein Duft*; Knorr: *Aus Zwerg Nase wird ein Frankenstein der Düfte*.

<sup>358</sup> Mak/ap: *Patrick Süskind: So flüchtig wie ein Duft*; Kissler: *Spurensuche*.

<sup>359</sup> Mak/ap: *Patrick Süskind: So flüchtig wie ein Duft*; Kissler: *Spurensuche*; Claudius Seidl: *Der Ruhm des Unsichtbaren. Patrick Süskind zum Sechzigsten*, in: Homepage von *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, URL: <http://www.faz.net/s/RubD3A1C56FC2F14794AA21336F72054101/Doc~EF4404C22DE6B4F6BB2966E8EF94061E8~ATpl~Ecommon~Spezial.html> (letzter Zugriff am 09.02.2011).

hervorzuheben, werden auch Namen von Persönlichkeiten aus dessen Umkreis genannt, besonders häufig der von Klaus Mann.<sup>360</sup>

Joachim Kaiser bedauert in seiner Rezension, dass Süskinds Vater den Erfolg nicht miterleben konnte:

Staunenswert, rühmend, beneidenswert was Patrick Süskind, der 37jährige, literarisch unternimmt, wird gleich zum ganz außerordentlichen Erfolg! Wie hätte sein Vater, der unvergessene Schriftsteller und SZ-Redakteur W. E. Süskind, sich darüber gefreut. Aber er hat nicht mehr erleben dürfen, daß seines hochtalentierten Sohnes Ein-Personen-Stück "Der Kontrabaß" tatsächlich, neben Dürrenmatts "Physikern" zum meistgespielten Drama der Saison avancierte vor Shakespeare, Schiller, Nestroy... Und er hat auch nicht mehr gesehen, daß seines Patrick großes Erzählwerk "Das Parfum", die Geschichte eines Mörders, es schaffte, immerhin von der FAZ vorabgedruckt zu werden - wovon andere Roman-Debütanten nur träumen. Und zwar vergeblich.<sup>361</sup>

Weiter versucht Kaiser eine literarische Brücke zwischen Vater und Sohn zu schlagen: „Vater Süskind ist Jugendfreund und lebenslanger Bewunderer von Thomas Mann gewesen. Dessen Künstler-Roman-Thematik kehrt nun höchst sonderbar wieder beim Sohn. Ein wenig enthumanisiert, entproblematisiert, moritatenpointiert und verflottet.“<sup>362</sup>

In einigen Porträts wird ganz offen ausgesprochen, dass es dem Verfasser nicht um Süskinds Werk zu tun ist, sondern um dessen Persönlichkeit.<sup>363</sup> Wie aber kann von einer Persönlichkeit berichtet werden, von der praktisch nichts bekannt ist? Neben der Vaterfigur versuchen die Journalisten über Freunde des Autors zu Süskind Zugang zu bekommen. Interessanterweise stützen sich viele dabei auf vage Aussagen und Gerüchte. Ihr Ziel ist es, das Interesse um Süskind gleichzeitig zu schüren und zu mystifizieren:

Freunde schreiben ihm als hervorstechende Eigenschaften Anhänglichkeit, Treue und Beharrungsvermögen zu, wie der Journalist Alexander Kissler herausfand, der sich auf die Suche nach Spuren des Phantoms machte. Süskind soll in München und Paris leben und mit einer Münchner Verlegerin einen gemeinsamen Sohn haben, der mittlerweile etwa elf Jahre alt ist. Das Schreiben soll er auch nicht völlig aufgegeben haben. Dass diese Texte nicht veröffentlicht wurden, könne „mit ihrer Qualität zusammenhängen“, soll er einmal an seinen Verleger geschrieben haben. Nach dem durchschlagenden Erfolg von „Das Parfum“ liegt die Messlatte eben unglaublich hoch. Aus Süskinds Jugend ist eine Anekdote überliefert, wonach er einem Freund sagte, dass er später einmal ein Buch schreiben wolle, von dem er dann ein Leben lang leben könne. Genauso ist es gekommen.<sup>364</sup>

---

<sup>360</sup> Kissler: *Spurensuche*.

<sup>361</sup> Kaiser: *Viel Flottheit und Phantasie*.

<sup>362</sup> Kaiser: *Viel Flottheit und Phantasie*.

<sup>363</sup> Seidl: *Der Ruhm des Unsichtbaren*.

<sup>364</sup> Mak/ap: *Patrick Süskind: So flüchtig wie ein Duft*.

Des Weiteren beruft sich Knorr in seiner Rezension auf Süskinds Ausspruch, nur einmal im Leben einen Roman zu schreiben.<sup>365</sup> Diese Aussage und die Verwendung selbiger in einer Kritik verstärken den Eindruck der Einmaligkeit des Buches. Auch der abschließende Satz der Rezension („Das [, wenn kein weiterer Roman von Süskind folgen würde, S. B.] freilich wäre schade.“) drückt zugleich Bedauern und ein Lob für *Das Parfum* aus.

Gleichzeitig liefert diese Legendenbildung den scheinbar neuen Stoff für weitere Porträts und Berichte. Vor allem auf den unehelichen Sohn Süskinds und auf seinen Geiz kommen die Journalisten durch diese Aussagen Dritter immer wieder zu sprechen. Beinahe ins Lächerliche wird dabei Süskinds Verhalten gezogen mit Aussagen wie etwa „der als extrem sparsam geltende Schriftsteller, dem „Das Parfum“ mehrere Millionen Euro eingebracht haben dürfte [...]“.<sup>366</sup> Generell scheint das Monetäre bei Artikeln zu Süskind eine entscheidende Rolle zu spielen. Spekulationen über dessen Vermögen, seinen Verdienst am *Parfum* oder den Filmrechten werden immer wieder thematisiert und beziffert.<sup>367</sup> Diese Aussagen werden mit dem Attribut des Geizes gepaart, was dem Autor eine Aura von Habgier verleiht. Auch Edith Lier bemerkt, dass Süskind durch den finanziellen Erfolg des Stückes *Der Kontrabaß* die Möglichkeit hatte, zwei Jahre ohne Geldsorgen an seinem Roman *Das Parfum* zu arbeiten.<sup>368</sup>

Auch wird die Anekdote um die Ablehnung eines Vorschusses von Süskinds Seite aufgegriffen. Dadurch soll die Bescheidenheit des Verfassers unterstrichen werden, die sich bis zu Selbstzweifeln steigert. So behauptet Süskind: „Vorschüsse sind Zahlungen für erst zu erbringende Leistungen. Ich erbringe aber keine Leistung.“<sup>369</sup>

In wissenschaftlichen Aufsätzen und Monografien wird immer wieder fast leitmotivisch erwähnt, dass Patrick Süskind keine Interviews gebe. Lediglich in den 1980er Jahren sprach er mit einer Journalistin der *Schweizer Illustrierten*. Doch dieses Gespräch erschien nie als Interview. Im Gegenteil: Bei dem Treffen zwischen Edith Lier und dem Autor verbietet Süskind der Journalistin, ein Tonband zu benutzen oder ihn zu fotografieren. Deshalb wird aus dem siebeneinhalbstündigen Gespräch kein exklusives Interview, sondern ein Brief an den Autor selbst. Lier gibt in diesem Brief zu, dass sie

---

<sup>365</sup> Knorr: *Aus Zwerg Nase wird ein Frankenstein der Düfte*.

<sup>366</sup> Röpcke: *Öffentlichkeitsscheuer Weltautor*.

<sup>367</sup> Vgl. etwa Alexander Kissler: *Warum sind die Menschen so aufdringlich?* In: Homepage von *Süddeutsche Zeitung*, URL: <http://www.sueddeutsche.de/kultur/sueskind-portrait-warum-sind-die-menschen-so-aufdringlich-1.798654> (letzter Zugriff am 14.09.2012).

<sup>368</sup> Edith Lier: *Brief an einen Unbekannten*, in: *Schweizer Illustrierte* vom 25.02.1985.

<sup>369</sup> Von Lovenberg: *Bitte keinen Vorschuß!*

sich von Süskinds Auftreten und ablehnender Haltung gegenüber der Interviewerin und ihren Methoden habe einschüchtern lassen: „Ich habe keine Notizen gemacht, weil ich Sie nicht verärgern und mir keine Blöße geben wollte.“<sup>370</sup> Doch Lier stellt ihre Vorurteile, die sie vor dem Treffen hatte, nun richtig: Süskind sei „zurückhaltend höflich, fast schüchtern, bisweilen auch interessiert – und vor allem sehr, sehr sympathisch.“ Damit relativiert sie auch das Bild, das Süskind teilweise bis dahin in der Öffentlichkeit hatte, ja, formt gar am Image eines scheuen Menschen mit. Lier ist es auch geschuldet, dass Journalisten und Fans auf Süskinds siebzigsten Geburtstag im Jahr 2019 warten, denn der Autor hat der Journalistin versprochen, danach ein Interview zu geben, wobei sowohl Tonband als auch Fotografieren erlaubt seien.

Hinzuzufügen ist, dass Liers Brief zeitgleich mit einem Abdruck des Romans in der *Schweizer Illustrierten* erscheint. Damit erhofft die Zeitschrift, sich an den Erfolg in Deutschland anhängen zu können, da das Buch zu diesem Zeitpunkt auch außerhalb des Verlags als literarische Sensation gehandelt wird.

Beinahe detektivisches Ausmaß nehmen manche Artikel an, die von der Person des Autors handeln. Tim Präse versucht in unterschiedlichen Kategorien („Sein Versteck“; „Sein Produkt“; „Seine Nachbarn“; „Seine Familie“; „Seine Restaurants“; „Seine Freunde“; „Seine Frauen“) Eigenheiten Süskinds aufzuspüren.<sup>371</sup> Bei seinen Nachforschungen erkennt Präse, dass Süskind seinen Bekannten und Verwandten mit Kontaktabbruch drohe, wenn diese etwas über ihn preis gäben. Auch vergleicht Präse Süskind mit den von ihm kreierten Filmfiguren und behauptet, Süskind „legt gerne falsche Fährten aus“. Weiter greift Präse auf verschiedene Aussagen von Süskinds „Freunden“ zurück, die jedoch nicht namentlich genannt werden wollen.

Mancher Artikel gerät zu einer regelrechten Spurensuche, die mit dem Roman nichts mehr zu tun hat.<sup>372</sup> Alexander Kissler wendet sich gar an einen ehemaligen Professor, der behauptet, „[e]ben so - und das heißt: so seltsam, eigenbrötlerisch, misstrauisch - wurde Patrick Süskind nicht, so war er schon immer.“<sup>373</sup> Kissler scheut sich auch nicht, den Spitznamen des jungen Süskinds („Patrick, den alle "Petzi" nennen – nach dem Bären in der gleichnamigen Kinderbuchreihe über Petzi, Pelle und Pingu“) zu nennen – jedes noch so kleine Detail erscheint wichtig, um Süskinds Identität und sein Verhalten zu entschlüsseln.<sup>374</sup>

---

<sup>370</sup> Lier: *Brief an einen Unbekannten*.

<sup>371</sup> Tim Präse: *Verduftet*, in: *Süddeutsche Zeitung Magazin* vom 15.03.2002.

<sup>372</sup> Kissler: *Spurensuche*.

<sup>373</sup> Kissler: *Spurensuche*.

<sup>374</sup> Kissler: *Spurensuche*.

In einem Porträt, erschienen anlässlich des 60. Geburtstags von Süskind, erzählt Claudius Seidl eine Anekdote von Joachim Kaiser, der die Familie Süskind besuchte und meinte, „die Söhne, Patrick und sein Bruder Martin, seien nicht besonders brav gewesen.“<sup>375</sup> Immer wieder werden solche Anekdoten aufgegriffen, sind sie doch scheinbar das einzig Vorhandene, das den Journalisten zu Süskinds Person bleibt. Interessanterweise verbleibt Seidl mit dem Wunsch, der Autor möge sich der Öffentlichkeit und deren Fragen stellen. Das heißt, aus diesen Anekdoten werden Rückschlüsse auf Süskinds Charakter und seine Einstellungen gezogen. Die Person wird sozusagen aus diesen Versatzstücken gebildet. Spekulative Annahmen und Belanglosigkeiten schmücken immer mehr Süskinds Porträts. Das Interesse bei den Lesern an Detailinformationen zum Leben des Schriftstellers scheint jedoch noch immer zu bestehen, erscheinen doch stetig Bücher, die sich bemühen, Süskinds Identität zu entschlüsseln.

In der Zwischenzeit gehen allerdings einige Kommentatoren dazu über, diese übertriebene Spurensuche um Süskind zu belächeln. Seidl schreibt:

So ist er zu unserem Salinger geworden, unserem Pynchon, zu einer Figur, deren ungeheurer Ruhm sich auch daraus speist: dass wir nichts wissen, dass wir ihn nicht kennen. Ein Rätsel, das selbst schon wieder ganz poetisch ist - auch wenn die Texte jener Reporter, die ihm hinterhergeschnüffelt haben und ihn, irgendwo in Schwabing oder Südfrankreich, gefunden zu haben glaubten, literarisch nicht so besonders wertvoll waren. Im Internet, wo es alles gibt, kann man auch Texte und Tabellen finden, da haben sich Fans die Mühe gemacht, in jeder einzelnen Süskind-Figur die Spuren des Autors und die Hinweise auf sein Leben zu identifizieren.<sup>376</sup>

Immer wieder wird Süskinds Medienscheu in Frage gestellt: Handelt es sich dabei um „Legendenbildung in eigener Sache? Schon früh pflegte Süskind die Aura des weltentrückten Sonderlings – sei es nun als Ausdruck enormer Schüchternheit oder ganz bewusst zur Legendenbildung in eigener Sache.“<sup>377</sup> Bis diese Frage eindeutig beantwortet ist, werden sicherlich noch weitere Porträts zum Autor erscheinen.

Als weiterer interessanter Aspekt in den Rezensionen zum *Parfum* ist eine ständige Parallelisierung auszumachen. Süskind wird häufig mit den Figuren seiner Werke verglichen. Besonders deren Einsamkeit, Zurückgezogenheit und Außenseitertum werden unterstrichen. In den frühen Rezensionen wird Süskind mit seinem Roman *Das Parfum* und dem Protagonisten parallelisiert. Wolfram Schütte bezeichnet das Buch als Monstrum, das Grenouille gleiche, sowie Süskinds Methoden der literarischen Verweise

---

<sup>375</sup> Seidl: *Der Ruhm des Unsichtbaren*.

<sup>376</sup> Seidl: *Der Ruhm des Unsichtbaren*.

<sup>377</sup> Mak/ap: *Patrick Süskind: So flüchtig wie ein Duft*.

entsprächen dem Aussehen eines Zecks, wie Grenouille im Text bezeichnet wird.<sup>378</sup> Ebenfalls wird in dieser Kritik die Kreation des Parfums in Beziehung zur Schaffung des Romans gesetzt. Auch die Schlusszene des Romans wurde mit dem wirklichen Leben des Verfassers in Bezug gestellt, so konstatiert von Lovenberg: Süskind „hat sich nicht von der Masse, die nach ihm drängte, zerreißen lassen, sondern sie von allem Anfang an gemieden – nicht aus Eitelkeit oder um die Spannung zu erhöhen, sondern aus schierem Überlebensinstinkt.“<sup>379</sup>

Die Parallelisierung greift sogar auf den engen Wohnraum über, den Süskind sich selbst und seinen Figuren gibt:

Noel [der Protagonist aus *Die Taube*, S. B.] lebt in einem acht Quadratmeter kleinen Zimmer und kostet dort den "Zustand von monotoner Ruhe und Ereignislosigkeit" ganz aus. Süskind selbst wohnte Ende der 70er-Jahre in Paris am Boulevard Raspail in einer ganz ähnlichen Behausung.<sup>380</sup>

Dieser Vergleich soll es ermöglichen, sich dem Autor über die Figuren anzunähern. Ähnliches wird auch bei *Die Geschichte von Herrn Sommer* vorgenommen, wo Freunde des Autors bestätigen, er schreibe über seine eigene Kindheit.<sup>381</sup> Die Romane und Erzählungen werden somit zu autobiografischen Zeugnissen stilisiert. Kissler vermutet sogar hinter Süskinds Literatur psychologische Ängste, die der Autor nur durch die Niederschrift bewältigen kann:

Das Riechmonster ist die personifizierte Summe aller Ängste, von denen die Figuren Süskinds durchdrungen sind und die vermutlich auch er selbst kennengelernt hat. Die Angst, über sich nicht Bescheid zu wissen, und die Angst, nie geliebt zu werden, machen Grenouille zum Massenmörder. Patrick Süskind fand einen anderen Ausweg: Er schrieb sich die Ängste von der Seele. So gut gelang ihm diese Selbstbeschwörung, dass er vor 15 Jahren, mit "Herrn Sommer", literarisch verstummte.<sup>382</sup>

Damit erklärt der Journalist auch sogleich das Ende des literarischen Schaffens. Kissler selbst verfasste ein Buch zur Entschlüsselung von Süskinds Identität. Dafür wirbt er indirekt und direkt auch in eben jenem Artikel.

Im Vergleich zu den beiden anderen zu untersuchenden Romanen zeigt sich bei Süskind eine Besonderheit in den Rezensionen: Süskinds Schreibstil und die Thematik des Duftes und Geruchs scheinen einen Einfluss beim Abfassen der Kritiken auf den

---

<sup>378</sup> Schütte: *Parabel und Gedankenspiel*.

<sup>379</sup> Von Lovenberg: *Bitte keinen Vorschuß!*

<sup>380</sup> Kissler: *Spurensuche*. Vgl. dazu auch Süskind: o.T.

<sup>381</sup> Kissler: *Spurensuche*.

<sup>382</sup> Kissler: *Spurensuche*. In einem weiteren Artikel fokussiert Kissler Süskinds Schaffen noch extensiver auf das Gefühl der Angst. Vgl. Kissler: *Warum sind die Menschen so aufdringlich?*

Rezensenten auszuüben. Sie tendieren zu ausschweifenden Sätzen, einer inflationsartigen Verwendung von Adjektiven und neigen dazu, Wortspiele zum Wortfeld des Geruchs einzubauen. Insgesamt ist die Sprache dieser Rezensionen deutlich bildreicher als die der anderen beiden Texte. Diese Reaktionen spiegeln die positive Aufnahme und Begeisterung der Rezensenten wider. Der Stil des Romans und die verschachtelten Sätze animieren die Kritiker zum Nachahmen. Das Lob um Süskinds Stil wird also hin und wieder in Worte gefasst, die sich dem Schreibstil des Autors annähern. Beispielsweise beurteilt Fischer wie folgt:

Süskind, ein milder Epigone, schreibt sein Buch im Duktus traditioneller Autoren, mit der Kraft fast vergessener Worte, ein erfreulicher Anachronismus im modischen literarischen Bla-Bla. Als ironischer Erzähler tritt er immer wieder aus den Zeilen heraus, nimmt den Leser bei der Hand und führt ihn naseweis durch seinen duftenden Garten der Gerüche.<sup>383</sup>

In seiner Wertung versucht Wolfram Knorr auch den Autor Süskind nachzuahmen:

Süskind führt den Leser, spannend und mit sinnlicher Kraft, in die betörende Exotik eines extrem authentischen und ganz fiktiven Kunstgebildes. Authentisch sind seine atemberaubenden und kenntnisreichen Einführungen in das Mixen und Zusammenbrodeln verschiedener Blumendüfte, und fiktiv sind seine bukolischen Beschreibungen der Seelen-Sehnsüchte seines lädierten Helden. Die enorme Spannung und sinnliche Lebendigkeit resultieren aus dieser Mélange von genauer Dinglichkeit und dem Empfindungsreichtum seiner Figur.<sup>384</sup>

Auch versucht Knorr den Zusatznutzen hervorzuheben, indem er einerseits eine Art Moral für unsere „geruchsplanierende, aseptische Gesellschaft“ zu ziehen versucht, andererseits die authentischen Beschreibungen des Parfummischens als einen eben solchen Nutzen deklariert.

Während Reich-Ranicki bereits die sprachlichen Fähigkeiten Süskinds lobte, greift Knorr eben jenen Aspekt (womöglich aus Reich-Ranickis Rezension) auf, indem er Süskind attestiert, die deutsche Sprache virtuos zu beherrschen.

Auch werden Textstellen oder der Titel des Romans adaptiert. So schreibt Felicitas von Lovenberg über „„Das Parfum“, die Geschichte eines Weltbestsellers“.<sup>385</sup> Und Claudius Seidl beginnt sein Porträt mit dem Satz: „Ums Jahr 1985 herum lebte und verschwand in der Gegend von München ein Mann, der zu den erfolgreichsten und rätselhaftesten

---

<sup>383</sup> Fischer: *Ein Stänkerer gegen die Deo-Zeit*. Die Epigonalität machte zuvor bereits Reich-Ranicki in seiner Rezension deutlich.

<sup>384</sup> Knorr: *Aus Zwerg Nase wird ein Frankenstein der Düfte*.

<sup>385</sup> Von Lovenberg: *Bitte keinen Vorschuß!*

Schriftstellern seiner Zeit gehört hatte.“<sup>386</sup> Auch bemühen sich die Kritiker mit dem Wortfeld von Geruch und Gestank zu spielen, indem sie etwa den Roman als „[d]ufte“<sup>387</sup> bezeichnen oder die Floskel des „jemanden nicht riechen Können“ als Deutungsansatz wählen. Auch in den Überschriften phantasieren die Rezensenten mit dem Thema Duft; beispielsweise nennt Knorr seinen Artikel *Aus Zwerg Nase wird ein Frankenstein der Düfte*. Dies verdeutlicht, dass das Assoziationsfeld groß ist, und die Journalisten abgeleitete Wortspiele dazu nutzen, den Leser auf ihre Artikel aufmerksam zu machen.

Darüber hinaus ist noch anzumerken, dass sich hin und wieder Fehler in die Wiedergaben des Inhalts einschleichen. Wolfram Knorr vermeint etwa, dass Grenouille „seine sexuellen Begierden im rauschhaften Erschnupern zartester Mädchendüfte“<sup>388</sup> erlebe. Im Roman selbst ist jedoch keine sexuelle Regung bei Grenouille zu vernehmen. Auch hat er kein sexuelles Verlangen nach den Mädchen, einzig deren Duft benötigt er als Material zur Schaffung des Parfums.

Neben den Rezensionen gibt es auch ein Fernsehfeature zu Süskind, das sich jedoch ausschließlich mit der Person des Autors beschäftigt.<sup>389</sup> Der Bezug zum Text fehlt in diesen Darstellungen, einzig der überragende Erfolg des *Parfums* wird erwähnt. Dass es davon abgesehen kaum Fernsehberichte gibt, liegt wiederum an der Medienscheu des Autors.

Auch über die Filmrechte und deren Verkaufspreis schreiben einige Journalisten.<sup>390</sup> Unterstreichen sie doch damit einerseits, wie wichtig die Verfilmung für Süskind selbst ist, da er diese nicht irgendjemandem überlassen möchte, andererseits spielt die Höhe des Verkaufspreis eine entscheidende Rolle, da dieser als Beweis für die Begehrtheit des Stoffes gilt. Übrigens sorgte das Nicht-Erscheinen Süskinds bei der Filmpremiere für Furore in den Feuilletons.<sup>391</sup>

Auch heute noch erscheint Süskind als Exempel in den Medien, wenn es um jene Persönlichkeiten geht, die sich aus der Öffentlichkeit zurückgezogen haben. So wird der Autor in der *Zeit* gemeinsam mit dem Musiker Richey Edwards und der Modemacherin Jil Sander als Beispiel für ein abgeschottetes Leben jenseits der Medien angeführt. Und auch hier halten sich die bereits erwähnten Halbwahrheiten über den Schriftsteller.<sup>392</sup>

---

<sup>386</sup> Seidl: *Der Ruhm des Unsichtbaren*.

<sup>387</sup> So etwa Stadelmaier: *Lebens-Riechlauf eines Duftmörders*.

<sup>388</sup> Knorr: *Aus Zwerg Nase wird ein Frankenstein der Düfte*.

<sup>389</sup> Julia Benkerts: *Duft und Distanz* von 2006.

<sup>390</sup> Mak/ap: *Patrick Süskind: So flüchtig wie ein Duft*.

<sup>391</sup> Vgl. etwa Röpcke: *Öffentlichkeitsscheuer Weltautor*.

<sup>392</sup> Alexander Krex: *Hin und weg. Helden des Verschwindens*, in: *Zeit Magazin* Nr. 1 vom 29.12.2011, S. 22f, hier S. 22.



Wie auch bei den beiden anderen Romanen *Der Vorleser* und *Die Vermessung der Welt* sind mittlerweile im Internet zahlreiche Homepages zu den Verfassern und ihren Texten zu finden. Ebenso erscheinen immer mehr Rezensionen von Laienkritikern online. Bei *Amazon* finden sich beispielsweise 755 Kundenrezensionen zum *Parfum*, wovon 413 dem Titel die höchste Wertung (5 Sterne) geben. Mit nur einem Stern bewerten lediglich 65 Rezensenten das Buch.<sup>393</sup>

#### 2.1.1.4. Die Preise

Süskind hatte bereits vor Veröffentlichung des *Parfums* einige Erfolge zu verzeichnen. Neben der Co-Autorschaft zweier Fernsehserien (nämlich *Monaco Franze* und *Kir Royal*) schrieb er auch das Stück *Der Kontrabaß*, das als eines der meistgespielten deutschen Stücke in Europa gilt.

Süskind erhielt zahlreiche Preise, die das Renommee seines Textes, seiner Person und des *Diogenes* Verlages positiv beeinflussten: Zu nennen sind hier der World Fantasy Award for Best Novel und der Gutenberg-Preis für den besten ausländischen Roman 1987. 1985 wurde Süskind außerdem zum Autor des Jahres gewählt, und *Das Parfum* schaffte es auf Platz zwei der Kategorie Buch des Jahres (beide Positionen wurden durch die Leserschaft von *Buchmarkt* ermittelt).<sup>394</sup>

Beeinträchtigend wirkt allerdings, dass Patrick Süskind es ablehnt, Preise anzunehmen. Dies lässt den Marketingeffekt der Preisverleihungen und der damit einhergehenden Berichterstattungen nahezu verschwinden.

#### 2.1.1.5. Der Autor

Den stärksten Einfluss auf den Erfolg seiner eigenen Persönlichkeit hatte in diesem Falle der Autor selbst. Wie bereits erläutert, versteckt sich Patrick Süskind regelrecht vor der Öffentlichkeit, lehnt Literaturpreise und Interviews ab. Es existieren kaum Bilder von ihm (die verfügbaren sind veraltet), und er erschien auch nicht bei der Filmpremiere von *Das Parfum*. Süskind gilt als Phantom, dessen diffuses Bild verstärkt wird durch (scheinbare?) Selbstzweifel, da er in den wenigen bekannten Aussagen über sich und sein Schreiben immer wieder betont, dass er keine Leistung erbringe. Diese Abwesenheit des Autors als Persönlichkeit schmälert allerdings keineswegs das Interesse an Süskind und seinem Bestseller, das Gegenteil passiert: Eben durch die

---

<sup>393</sup> Vgl. dazu Homepage von Amazon, URL: [http://www.amazon.de/Das-Parfum-Geschichte-eines-M%C3%B6rders/dp/3257228007/ref=sr\\_1\\_1?ie=UTF8&qid=1304006830&sr=8-1](http://www.amazon.de/Das-Parfum-Geschichte-eines-M%C3%B6rders/dp/3257228007/ref=sr_1_1?ie=UTF8&qid=1304006830&sr=8-1) (letzter Zugriff: 28.04.2011).

<sup>394</sup> Kampa: *Diogenes*, S. 433.

mysteriöse Leerstelle wird der Schriftsteller noch interessanter, jedes noch so unwichtige Detail über ihn oder sein Leben wird in den Medien bekannt gegeben. Süskind wird umso begehrt, je rarer er sich macht. Besonderes Augenmerk liegt also auf der medialen Abwesenheit Süskinds, die in pervertierter Form eine starke Präsenz darstellt.

Einer Anekdote zufolge sagte Patrick Süskind als Junge voraus, dass er eines Tages einen Roman schreiben werde, der ihn berühmt und reich machen werde. Der Wahrheitsgehalt dieser Episode sei allerdings in Frage gestellt. Vielmehr kann es sich hierbei um einen Marketing-Gag handeln, der die mysteriösen Züge um Patrick Süskind untermalen soll. Die Zeitungen und Zeitschriften steigern dadurch die Aufmerksamkeit um Süskind, vielleicht in der Absicht, ihre eigene Auflagenhöhe zu verbessern, lassen sie doch den Leser glauben, neue Geheimnisse um den Autor gelüftet zu haben.

Im November 1981 veröffentlicht Süskind in der Zeitschrift *Theater heute* einen Lebenslauf, der mit ironischen, teils sarkastischen Aussagen geschmückt ist.<sup>395</sup> Besonders bemerkenswert ist der Schluss:

Das Stück „Kontrabaß“ schrieb ich im Sommer 1980. Es geht darin – neben einer Fülle anderer Dinge – um das Dasein eines Mannes in seinem kleinen Zimmer. Ich konnte bei der Abfassung insofern auf eigene Erfahrungen zurückgreifen, als auch ich den größten Teil meines Lebens in immer kleiner werdenden Zimmern verbringe, die zu verlassen mir immer schwerer fällt. Ich hoffe aber, eines Tages ein Zimmer zu finden, das so klein ist und mich so eng umschließt, daß es sich beim Verlassen von selbst mitnimmt. In einem so gearteten Zimmer will ich dann versuchen, ein Zwei-Personen-Stück zu schreiben, das in mehreren Zimmern spielt.

Süskind parallelisiert seine eigene Person hier nicht nur mit seiner literarischen Figur, er legt auch Spuren, die sein Abgeschottetsein und seine Medienscheu begründen können. Auf diese Aussage nehmen dann wiederum Rezensenten Bezug. Und auch in der Wissenschaft wird diese Thematik wieder aufgegriffen: David Freudenthal analysiert Süskinds Texte unter dem Aspekt der Einsamkeit der Figuren und kommt zu dem Schluss, dass dies das Hauptthema des Autors sei.<sup>396</sup>

Es überrascht daher insgesamt wenig, dass in den Porträts über Süskind der Autor selbst nie zu Wort kommt. Die Anekdoten oder (scheinbaren) Details über sein Leben stammen von Freunden, Bekannten und Nachbarn oder sie sind anderen Artikeln über Süskind entnommen. Die Aussagen über den Autor werden dabei immer mehr gefiltert, der Wahrheitsgehalt ist spekulativ. Daraus entstehen teils Gerüchte, teils

---

<sup>395</sup> Süskind: o. T.

<sup>396</sup> Freudenthal: *Zeichen der Einsamkeit*.

Halbwahrheiten über den Autor, die dann wiederum in anderen Artikeln als Gegebenheiten zitiert werden.

Das Phänomen, das eine bekannte Persönlichkeit sich aus den Medien zurückzieht, ist nicht neu. Schauspieler, Musiker und Künstler verweigern immer wieder den Kontakt zur Presse. Auch andere Schriftsteller präsentieren sich selten oder gar nicht in der Öffentlichkeit. Süskind wird wegen seiner Öffentlichkeitsscheu gerne mit anderen Schriftstellern und Philosophen verglichen. Die Bandbreite reicht von J. D. Salinger über Thomas Pynchon bis hin zu Michel Foucault (, der sich jedoch bereits alleine aufgrund seiner Lehrtätigkeit nicht wie die beiden zuvor genannten verstecken konnte).<sup>397</sup>

Florian Grimm glaubt, dass sich hinter Süskinds Medienscheu kein Marketingtrick verbirgt, „[v]ielmehr misstraut Süskind Rundfunk und Presse, weil diese ein Bild von seiner eigenen Person in der Öffentlichkeit verbreiten könnten, über das er kaum Kontrolle hätte.“<sup>398</sup> Ob beabsichtigt oder nicht, marketingstrategisch ist das „Phantom Süskind“ von Nutzen.

Etwa zeitgleich mit der Premiere des Films entstanden Bücher rund um das Werk und vor allem um die Person des Autors. In einer Rezension zu diesen Neuerscheinungen äußert sich Katharina Hübel folgendermaßen:

Und jetzt dreht sich wieder das Karussell: Das Massenpublikum sucht den Autor, den Popmessias, will betört, geblendet, erlöst werden durch Größe, Genie und Geist. Aber der Autor will sich nicht zeigen. Seit den Achtzigern nicht. Will sich nicht äußern – weder zu seinem Roman noch zu dem Kinospektakel von 2006. Das einzige, was hartnäckige Journalisten aus ihm herausbrachten war: Er habe nichts mehr mit seinem Werk zu tun. Das Werk ist in die Welt entlassen, erlebt seine eigene Geschichte. Die von *Das Parfum* ist davon geprägt, dass das Publikum sich beständig über den Text den Autor zu konstruieren versucht.<sup>399</sup>

---

<sup>397</sup> So etwa Heinz Dörfler: *Moderne Romane im Unterricht: Modelle und Materialien* zu: Tauben im Gras von Wolfgang Koeppen, Horns Ende von Christoph Hein, Das Parfum von Patrick Süskind, Cassandra von Christa Wolf, Das Treffen in Telgte von Günter Grass, Brandung von Martin Walser, Frankfurt am Main 1988, S. 130; Manfred Durzak: *Postmoderne und Spätmoderne: Erzählerische Tendenzen der achtziger Jahre*, in: Wilfried Barner (Hrsg.): *Geschichte der deutschen Literatur von 1945 bis zur Gegenwart*, München 1994, S. 814-842, hier S. 819.

<sup>398</sup> Florian Grimm: *Reise in die Vergangenheit Reise in die Fantasie? Tendenzen des postmodernen Geschichtsromans*, Frankfurt am Main u. a. 2008 [zugl. Mainz, Univ., Diss., 2006], S. 96.

<sup>399</sup> Katharina Hübel: [Rezension zu] Alexander Kissler, Carsten Leimbach: *Alles über Patrick Süskinds Das Parfum. Der Film. Das Buch. Der Autor*. München: Wilhelm Heyne 2006, 304 S. *Das Parfum. Das Buch zum Film. Das vollständige Drehbuch* von Andrew Birkin, Bernd Eichinger und Tom Tykwer, mit zahlreichen Fotos aus dem Film, Berichten über die Entstehung des Films, Gesprächen mit Tom Tykwer und Bernd Eichinger sowie einem Essay von Verena Lueken. Zürich: Diogenes 2006, 160 S. Angelika Buß: *Intertextualität als Herausforderung für den Literaturunterricht. Am Beispiel von Patrick Süskinds Das Parfum*. Frankfurt/ Main u. a.: Peter Lang 2006 (Beiträge zur Literatur- und Mediendidaktik, 12), 225 S. In: *Deutsche Bücher. Forum für Literatur. Autorengespräch – Kritik – Interpretation*, 37. Jahrgang 2007, Heft 3/4, S. 245-254, hier S. 246.

So sehr Süskind sich auch lossagt von seinem Werk, sich versucht zu verstecken und der Öffentlichkeit fernzubleiben, die Medien und die Wissenschaft halten daran fest: Sie bemühen sich, Details aus seinem Leben zu ergattern, um damit ihre Artikel oder Interpretationen zu schmücken. Dabei spielen die Geschichten jenseits der literarischen Geschichte eine weitaus größere Rolle, das heißt, der Autor und die Anekdoten um ihn rücken immer wieder in den Mittelpunkt von Zeitungsbeiträgen, Aufsätzen und Monografien. Es kann gar von einer Auratisierung des Autors gesprochen werden. Gerade Süskinds Abwesenheit macht ihn auf dem Buchmarkt präsent, denn gerade dadurch kommt es zu Spekulationen und Interpretationen, die immer neue Blüten treiben, das Bild von Autor und Text immer stärker verändern. Eine Analyse des Textes ohne autobiografische Elemente erscheint (beinahe) unmöglich.

#### 2.1.1.6. Der Text

*Das Parfum* gilt als *der* deutsche Roman der Postmoderne, mit ihm begann in der deutschen Literatur eine neue Zeitrechnung. Inhaltlich lässt sich dies vor allem an den starken intertextuellen Bezügen ausmachen, allerdings spielt auch die Funktion und Gestaltung des Erzählers eine bedeutende Rolle.

Der Text ist durchzogen von intertextuellen Anspielungen und Verweisen auf verschiedene Epochen der Literatur. Neben Märchen, Gedichten und unterschiedlichsten Prosatexten finden sich zahlreiche Anspielungen durch direkte und indirekte Zitate auf die sogenannten Klassiker der Literatur wieder. Diese reichen von Eichendorffs Gedicht *Mondnacht* über Kleists Novelle *Michael Kohlhaas* und die Bibel bis hin zu Rabelais' *Gargantua und Pantagruel*.

Durch diesen Anspielungsreichtum entsteht eine Form der Doppelkodierung, das heißt, der Roman kann auf zwei Ebenen gelesen werden: Während ein in der Literatur bewandelter Leser die diversen Anspielungen und Verweise entdecken und gegebenenfalls sogar zuordnen kann, ist es dem Leser, der weniger mit den Klassikern der Literatur vertraut ist, möglich, *Das Parfum* als einen Unterhaltungsroman ohne jegliche Anspielungen zu lesen und zu verstehen.

Weiter wird Grenouille in der Sekundärliteratur auch als eine Anspielung auf Hitler verstanden, vor allem das Bacchanal am Ende des Textes kann als Verführung der Massen gelesen werden, die in perverser Form auch in den 1930er und 1940er Jahren in Deutschland stattgefunden hat. Grenouilles Grausamkeiten, seine Brutalität ohne Gefühlsregung und das Töten Unschuldiger, um ein egoistisches Ziel zu erreichen, können mit Hitlers Taten (wenn auch nicht im Umfang) in Zusammenhang gebracht

werden. Jedoch wird Grenouille als Genie gezeichnet, was bei Hitler so selbstverständlich nicht nachvollziehbar ist: Die Fähigkeiten des Protagonisten, Düfte zu unterscheiden, das Wahrnehmen und Abspeichern unterschiedlichster (für einen „normalen“ Menschen nicht erkennbarer) Gerüche, machen sein Talent einmalig. Spekuliert über das Erfolgsgeheimnis des Romans wurde bereits viel, dabei wurde überwiegend auf die inhaltliche Qualität des Textes verwiesen, wie nachstehendes Zitat zeigt:

Vielleicht ist es gerade dies, was den Erfolg vom „Parfum“ ausmacht: daß es brillant auf der Klaviatur altbewährter Erzähltradition gespielt ist und so für fast jeden Leser etwas hat: eine klare Diktion, für jedermann verständlich, dabei aber anspruchsvoll genug, um literarisch >hoffähig< zu sein; erzählerisches Können; einen leicht zu bewältigenden Umfang; eine interessante, nicht alltägliche, überschaubare Handlung, eine extraordinary Hauptfigur mit unvergleichlichen (Riech-)Fähigkeiten, eine Prise kriminalistischer Spannung, eine historische Verpackung, von der man nebenbei auch noch Kulturgeschichtliches zu lernen vermeint.<sup>400</sup>

Hier wird auch deutlich, dass der Text auf eine bestimmte Lesergruppe zugeschnitten sein muss, da der „leicht zu bewältigende Umfang“ ein wichtiges Argument für die Lesbarkeit des Textes darstellt. Diese Beobachtung spricht auch für die in Abschnitt 1.6. definierte neue Art der Rezeption, bei der die Textmenge entscheidend ist.

Das Erfolgsgeheimnis liegt für Schärf in der Provokation von Leselust beim Gros des Publikums: „Süskind hat sich aller im exklusiven Sinne literarischen Ambitionen entschlagen und versteht es besser als die sich mit diesen Ansprüchen noch herumplagenden Dichter, den Publikumsgeschmack zu treffen und zu befriedigen.“<sup>401</sup> Dabei scheint Schärf die doppelte Kodierung und die dadurch entstehende Möglichkeit der Lektüre auf unterschiedlichen Ebenen entgangen zu sein. Der Erfolg des Romans wird größtenteils in seiner unterhaltenden Funktion, weniger in seinem literarischen Anspruch gesehen: „Daß *Das Parfum* unterhält, scheint durch die zweistellige Millionenaufgabe bestätigt zu sein.“<sup>402</sup> Doch wie sich zeigt, ist dies nur ein Faktor unter vielen.

Gleichfalls versucht Prangel die Erfolgsfaktoren für *Das Parfum* ausfindig zu machen, dabei kommt er letztendlich zu dem Schluss, dass neben dem ersten Faktor des Marketings drei weitere Gründe auszumachen sind:

---

<sup>400</sup> Ulrich Pokern: *Der Kritiker als Zirku(lation)sagent. Literaturkritik am Beispiel von Patrick Süskinds „Das Parfum. Die Geschichte eines Mörders“*, in: *Text + Kritik*, Heft 100, *Über Literaturkritik*, Oktober 1988, S. 70-76, hier S. 70.

<sup>401</sup> Schärf: *Der Roman im 20. Jahrhundert*, S. 172.

<sup>402</sup> Freudenthal: *Zeichen der Einsamkeit*, S. 33.

2. ein Textangebot, das den Leser aus all jener Vergangenheitsbewältigung, politischen Problematisierungen, psychologischen Innenschau und ästhetischen Kompliziertheit entließ, deren er durch die vorangegangenen Jahrzehnte in Deutschland überdrüssig geworden war (zu selten gab es da das, was angelsächsisch ganz schlicht 'a good read' heißt); 3. die Möglichkeit, diesen zunächst von unserer aktuellen Lebenswelt so weit entfernt scheinenden Text dennoch zu einem Akt der Normalisierung auf eben diese Lebenswelt zu beziehen, indem man ihn als Gleichnis auf diktatoriale Herrschaftsverhältnisse, das Computerzeitalter, den Künstler oder worauf immer noch zu verstehen suchte; 4. die umgekehrte Möglichkeit, den Text als Chance zu ergreifen, sich für zumindest einige Lesestunden aus der Normalität unserer Alltagswelt hinauszukatapultieren und sich der Eskapade in eine exzeßhafte fremde, durch Vergangenheit exotische Welt zu überlassen.<sup>403</sup>

Interessant ist, dass Prangel sich in seinem Aufsatz zuvor auch mit Süskinds Medienscheu auseinandersetzt, diese aber nicht als Erfolgsfaktor identifiziert. Auch die Doppelkodierung des Textes fällt ihm nicht auf.

Lueken meint, dass vor allem der Anfang des Romans das Lesepublikum begeistert:

Süskind entfaltet schon auf den ersten fünf Seiten, die kein Leser je vergessen wird, selbst wenn er sich viele Jahre nach der Lektüre an nichts anderes mehr erinnern sollte, das ganze Arsenal einer bestialisch stinkenden Epoche, und in seiner furiosen, superlativischen Art, sie zu beschreiben, zeigt er uns seine Instrumente: Wir werden darauf vorbereitet, daß diese Geschichte von ganz ungewöhnlicher, gleichsam physischer Dichte sein wird. Es wird drastisch zugehen, sagt er uns, aber es wird auch etwas zu lachen geben.<sup>404</sup>

Hier ist, ähnlich wie bei der Auswahl des Covers, ein Moment des Zweifels und der Unsicherheit auszumachen. Der Leser ist nicht sicher, was ihn erwarten wird, und eben diese Unsicherheit weckt seine Neugier. Zu den Attributen des "Sex and Crime" Genres gesellt sich nun noch der Humor. Für den geschulten Leser ist bereits im ersten Satz die Anspielung auf Kleists *Michael Kohlhaas* erkennbar, was ihn wiederum einen Text von höherer literarischer Qualität erwarten lassen könnte. Der Anfang des Romans ist durchaus von großer Bedeutung, gelingt es Süskind doch damit, den Leser in eine zeitlich scheinbar ferne Welt zu entführen, wobei er den Erzähler jedoch zugleich mit ironischer Distanz („für uns moderne Menschen“) gestaltet und zu Wort kommen lässt.<sup>405</sup>

---

<sup>403</sup> Prangel: *Patrick Süskinds Roman Das Parfum*, S. 272.

<sup>404</sup> Verena Lueken: „Das Parfum“ – vom Buch zum Film, in: *Das Parfum. Das Buch zum Film*. Das vollständige Drehbuch von Andrew Birkin und Bernd Eichinger und Tom Tykwer, mit zahlreichen Fotos aus dem Film, Berichten über die Entstehung des Films, Gesprächen mit Tom Tykwer und Bernd Eichinger sowie einem Essay von Verena Lueken, Zürich 2006, S. 7-18, hier S. 14.

<sup>405</sup> Interessant ist zur Position des Erzählers, der durch und durch ein postmoderner Erzähler ist und dessen Glaubwürdigkeit nach einer gründlichen Lektüre durchaus angezweifelt werden mag, die Aussage von Peter Cersowsky: Er macht einen Erzähler aus, „der sein Publikum nicht verwirrt, sondern behutsam lenkt.“ Vgl.: Peter Cersowsky: *Patrick Süskind: Das Parfum. Die Geschichte eines Mörders*, in: Sabine

Auch Förster bestätigt die besondere Erzählform, die sich von der Literatur der 1980er Jahre absetzt: „Es ist ein Erzählen, das sich – wie nicht zuletzt zahlreiche Reaktionen der Literaturkritik gezeigt haben – von zeitgenössischer Literatur abhebt und zugleich an ein konventionelles Erzählen in Anlehnung an realistische Romane des 19. Jahrhunderts erinnert.“<sup>406</sup> Hinzu kommt die Kreation der unterschiedlichen Leseniveaus, die gewiss als einer der Hauptgründe für den andauernden Erfolg des Buches gesehen werden können. Der Text erfüllt auch die Forderung des „in-between“ von Eco: „Vor allem aber gehört zur Rezeptur des Bestsellers allemal ein Gemisch aus Fremdartigem und Vertrautem, Abstoßend-Angsterregendem und Erwünschtem, bei der das eine vom anderen gar nicht so klar zu trennen sein mag.“<sup>407</sup> Diese Mischung spricht unterschiedliche Lesergruppen an. Auch vermeint sich im Roman etwas Unheimliches, Fremdartiges zu verstecken, das durch den Lektürevorgang entziffert werden kann. Folglich fühlt sich der Leser als eine Art Detektiv, der Geheimnissen auf die Spur kommt und Rätsel zu lösen vermag. Der Leser wird also in das Romangeschehen integriert, er wird zu einem Teil der Geschichte. Dieser Kunstgriff ist von großer Bedeutung, gelingt es Süskind damit doch, die Leser zu fesseln, sie an das Buch zu binden und (möglicherweise) von der Geschichte begeistert sein zu lassen.

Geschickt schafft es Süskind nicht nur, unterschiedliche Lesergruppen zu erreichen und mehrere Lektüreniveaus ineinander zu verschachteln, er fügt dem Text noch einen weiteren Reiz hinzu: Der Leser findet sich in einer Position des Mitwissers und des Voyeurs zugleich. Grenouilles Taten rufen bei ihm selbst offensichtlich keine Regungen hervor; der Mord an den Mädchen ist für ihn vor allem Mittel zum Zweck. Der Leser verfolgt Grenouilles Biografie und ist an seine Person gebunden, das heißt, die Sympathie ist trotz aller Untaten dem Protagonisten zuträglich. Auch das Beobachten Grenouilles bei der Arbeit, sozusagen der einzige Zuschauer und Mitwisser zu sein, fördert die Sympathie lenkung. Entscheidend mag hierbei auch die Tatsache sein, dass die Dorfbewohner und Angehörigen der Getöteten immer auf der Suche nach einem Sexualverbrecher sind; der Leser ist jedoch in das „größere Schaffen“ des Protagonisten eingeweiht und verfolgt die Generierung eines Kunstwerks. Auch bietet die Figur des Grenouille diverse Identifikationsmöglichkeiten, wie etwa Joachim Pfeiffer feststellt.<sup>408</sup>

---

Schneider (Hrsg.): *Lektüren für das 21. Jahrhundert. Klassiker und Bestseller der deutschen Literatur von 1900 bis heute*, Würzburg 2005, S. 121-139, hier S. 133.

<sup>406</sup> Förster: *Die Wiederkehr des Erzählens*, S. 16.

<sup>407</sup> Cersowsky: *Patrick Süskind: Das Parfum*, S. 108.

<sup>408</sup> Joachim Pfeiffer: *Vom Größenwahn zum Totalitarismus. Die Konstruktion des Genies in Patrick Süskinds Roman Das Parfum*, in: Johannes Cremius et al. (Hrsg.): *Größenphantasien* (Freiburger literaturpsychologische Gespräche. Jahrbuch für Literatur und Psychoanalyse, Bd. 18), Würzburg 1999, S. 342-354, hier S. 353.

Grenouille ist somit keineswegs nur ein abscheuliches Monster, der Leser kann an ihm Züge wahrnehmen, die er auch von sich selbst kennt, beziehungsweise Wunschträume in die Figur hinein phantasieren.

Dass den späteren Texten Süskinds kein vergleichbarer Erfolg beschieden war, mag einerseits an den (zu) hohen Erwartungen liegen, andererseits fehlt diesen Texten die Doppelkodierung. Auch bedient sich Süskind nicht einer historischen Gegebenheit, die an ein Genie gebunden ist. Inhaltlich und stilistisch gilt *Das Parfum* als Einzel- und Ausnahmefall.

#### 2.1.1.7. Die Wissenschaft

Zwar behaupten einige Wissenschaftler, dass *Das Parfum* in der Forschung kaum wahrgenommen wurde,<sup>409</sup> jedoch liegt – verglichen mit anderen zeitgenössischen Werken – eine relativ große Auswahl an Forschungs- und Sekundärliteratur vor. Auch hier werden Einordnungen vorgenommen; so behauptet Stefan Neuhaus etwa, dass *Das Parfum* nicht in eine der Kategorien Unterhaltungs- oder 'Höhenkammliteratur' eingeordnet, sondern zu beiden gezählt werden kann.<sup>410</sup>

Hauptsächlich wurde der Text bisher auf dem Gebiet der Literaturwissenschaft analysiert. Hierbei standen überwiegend zwei Fragestellungen im Vordergrund: Erstens, in welche Gattung *Das Parfum* einzuordnen sei und zweitens, auf welche anderen Texte der Roman anspielt. Da es zu diesen Fragen mehrere Lösungsansätze gibt, entstand auch eine Vielzahl an Diskussionen und Vorschlägen. Eben aus diesen Gründen, dass es keine eindeutige Beantwortung der Gattungsfrage gibt und der Fundus an Textverweisen direkter und indirekter Art immer größer zu werden scheint, wurde der Erfolg des Romans im literaturwissenschaftlichen Bereich befördert.

Meist zu Beginn einer Monografie über Süskinds Werk wird auf den Erfolg des *Parfums* hingewiesen, wobei teilweise auch die internationale Verbreitung des Romans als Erfolgsindikator hinzukommt.<sup>411</sup> Gleichzeitig nennen die Verfasser dabei häufig Süskinds Medienscheu und das wenig verfügbare Material zum Autor selbst.<sup>412</sup>

---

<sup>409</sup> Schärf: *Der Roman im 20. Jahrhundert*, S. 172: „Auch die fast flächendeckende Abstinenz der Literaturwissenschaft diesem Roman gegenüber, kann als Indiz dafür gelten, dass man dort, wo ein genuin postavantgardistischer Text auftaucht, sich darauf einigt, ihn als trivial zu ignorieren.“ Grimm: *Reise in die Vergangenheit Reise in die Fantasie?* S. 128: „Mit seiner raffinierten, handwerklich perfekten Form und seinem originellen Inhalt hat „Das Parfum“ bisher zwar Millionen von über den gesamten Globus verstreute Leser überzeugt, nicht aber die deutsche Literaturwissenschaft, wie die spärliche, überzogen kritische Auseinandersetzung mit dem Werk belegt.“

<sup>410</sup> Neuhaus: *Literaturvermittlung*, S. 169.

<sup>411</sup> Etwa bei Grimm: *Reise in die Vergangenheit Reise in die Fantasie?* S. 95.

<sup>412</sup> Grimm: *Reise in die Vergangenheit Reise in die Fantasie?* S. 95f.; Katharina Arnold: *Von Erdäpfeläckerchen und goldenen Flakons. Triviale Elemente in postmoderner Literatur am Beispiel von*



Ingeborg Hoesterey entschlüsselte den Roman bereits 1988 „als einen kunstfertig verschlüsselten Versuch über Wesen und Bewegung des künstlerischen Bewußtseins“ und vergleicht den Roman mit Umberto Ecos *Der Name der Rose*.<sup>413</sup> Für Cersowsky liegt das Erfolgsgeheimnis des Buches vornehmlich in Süskinds Stil:

Ein Hauptgrund für den Erfolg des „Parfum“ liegt in der Sprache; gewohnte Kost auch sie, man hat es oft genug registriert; so, als hätte es eine erzählerische Moderne, einen Döblin oder Joyce, nie gegeben. Wie schon ein Roman des achtzehnten Jahrhunderts, präsentiert sich „Das Parfum“ chronologisch, im Präteritum und auktorial, mit einem Erzähler, der sein Publikum nicht verwirrt, sondern behutsam lenkt. Süskinds Stil basiert auf der guten alten, aber nach wie vor allgegenwärtigen Rhetorik mit seinen Antithesen, Alliterationen, Anaphern, Vergleichen, Antithesen [sic!], Aufzählungen und Superlativen.<sup>414</sup>

Diese Rückkehr zu einem klassischen Erzählen kollidiert mit den Trends der 1980er Jahre und gilt damit als Novum in der Literatur. Jedoch parallelisiert auch Cersowsky, wie viele Rezensenten, Autor und Protagonist, vermutet dahinter sogar einen psychologischen Kniff: „Wohl aber erinnert er an seinen Autor, dessen zweite Heimat Paris ist, der Frankreich durchreist wie Grenouille, der vor allem eine ähnlich zurückgezogene Lebensweise pflegt wie sein Held, beseelt offenkundig ebenfalls von dem Wunsch, in Frieden gelassen zu werden.“ Und weiter:

Wenn Grenouille spektakulär zur Bestätigung wissenschaftlicher Konstrukte herhalten muß, wenn er sich am Ende den Massen preisgibt, dann fällt es schwer, darin nicht eine Wunsch- und Horrorvision des Autors zu sehen: den Schriftsteller, der sich als Opfer seines Erfolgs, von Publikum und Medien zerrissen fühlt.<sup>415</sup>

Der Erfolg des Buchs wird stets mit denselben Romanen verglichen: Neben Remarques *Im Westen nichts Neues* sind es vor allem Günter Grass' *Blechtrommel* und Umberto Ecos *Der Name der Rose*. Auch hier wird der Erfolg der genannten Bücher genutzt, um die Auswirkungen von *Das Parfum* zu unterstreichen und zu befördern. Süskinds Name reiht sich nun in die Folge der großen Bestsellerautoren ein.

Und wie bereits die Journalisten, so nehmen auch die Wissenschaftler die Schlusszene in Grasses als Anlass, Grenouille mit Hitler parallel zu setzen. Neben dem Größenwahn des Protagonisten gibt auch die Verführung der Massen Anlass für eine solche Interpretation. Freilich lag der Auslöser für diesen Interpretationsansatz nicht in der

---

Robert Schneiders „Schlafes Bruder“ und Patrick Süskinds „Das Parfum“, Marburg 2008, S. 67; Barbetta: *Poetik des Neo-Phantastischen*, S. 9.

<sup>413</sup> Ingeborg Hoesterey: *Verschlungene Schriftzeichen. Intertextualität von Literatur und Kunst in der Moderne/Postmoderne*, Frankfurt am Main 1988, S. 173 und S. 175.

<sup>414</sup> Cersowsky: *Ein fluidalthoeretischer Roman*, S. 113f.

<sup>415</sup> Cersowsky: *Ein fluidalthoeretischer Roman*, S. 115 und S. 116.

Wissenschaft, sondern im Feuilleton: Marcel Reich-Ranicki äußerte als Erster diese Ähnlichkeit (ohne Hitler jedoch namentlich zu nennen). Jahre später entdeckt nun die Forschung gleichfalls diesen Ansatz und wendet ihn auf den gesamten Roman an.<sup>416</sup>

Desgleichen macht das „Phantom“ Süskind vor der Wissenschaft keinen Halt: Zahlreiche Wissenschaftler verweisen auf Süskinds mediale Abwesenheit und sein Versteckspiel. Trotzdem baut ein Wissenschaftler wie Rainer Scherf seine Interpretation des *Parfums* auf autobiografischen Erlebnissen des Verfassers auf; er vermeint in Pater Terrier Süskinds Vater zu erkennen, wobei der Schriftsteller selbst die Rolle des Grenouille übernimmt:

Parallelen gibt es ja: Süskind senior war etwa fünfzig Jahre alt, war 48, als ihm ein Kind ins Haus geschneit kam – so wie dem 'Duziduziduzi' sagenden, etwa fünfzigjährigen 'Möchtegern'-Vater, der nachweislich keine Ahnung von Kindern hat und für den schon die volle Windel der heimliche Abschiebungsgrund ist, weil er ja 'die Scheiße im Kopf' systematisch kultivieren musste, statt etwa auf die neue alte Botschaft [...] zu hören, wie es eigentlich sein Beruf gewesen wäre.<sup>417</sup>

Einen Beweis für diese Interpretation kann auch Scherf nicht beibringen, er spekuliert und formt aus den bereits erwähnten Anekdoten um Süskinds Kindheit und Jugend ein mögliches Szenario. Auch begründet Scherf Süskinds Medienscheu mit dem prägenden Verhältnis zu dessen Vater: „Der Medienspezialist und Geschäftsmann Wilhelm Süskind, dessen Karriere keine Brüche aufwies, hat ihm [Patrick Süskind, S. B.] diese Öffentlichkeit wohl deutlich verleidet“.<sup>418</sup>

Einige Wissenschaftler, die sich innerhalb ihrer Analyse eigentlich primär mit Süskinds Werk beschäftigen, wagen sogar psychologische Deutungen über die Persönlichkeit und den Charakter des Verfassers, wobei ein unmittelbarer Zusammenhang mit dem Rest ihrer Analyse nicht aufzudecken ist. Als Beispiel sei hier nochmals Rainer Scherf zitiert, der schreibt: „Patrick Süskind ist ein Einzelgänger, sensibel, und wie es scheint, mit großen Bindungsschwierigkeiten.“<sup>419</sup>

Die Methode, den Autor mit seinen Figuren gleichzusetzen, übertragen manche Wissenschaftler auch auf andere Werke Süskinds. So sieht Lueken in der Figur des Jakob Windisch aus dem Film *Rossini – oder die mörderische Frage, wer mit wem schlief* (zu dem Süskind gemeinsam mit Helmut Dietl das Drehbuch schrieb) Ähnlichkeiten zu Patrick Süskind.<sup>420</sup> Florian Grimm interpretiert Süskinds Texte

---

<sup>416</sup> Vgl. etwa: Frizen: *Das gute Buch für jedermann*, v. a. S. 784.

<sup>417</sup> Scherf: *Der verführte Leser*, S. 346f.

<sup>418</sup> Scherf: *Der verführte Leser*, S. 348.

<sup>419</sup> Scherf: *Der verführte Leser*, S. 248.

<sup>420</sup> Lueken: „*Das Parfum*“ – vom Buch zum Film, S. 9f.

ähnlich psychologisierend dahingehend, dass der Autor seine Figuren in eine bestimmte Position hineingedrängt darstellt,<sup>421</sup> was an die oben zitierten Aussagen des Schriftstellers zum Raum seiner Figuren gemahnt.

In anderen Ansätzen versuchen Wissenschaftler, Fehler in Süskinds Text aufzudecken. Exemplarisch sei hier ein Beispiel von Barbetta angeführt:<sup>422</sup> Im Hôtel-Dieu in Paris wurde 1793 das Einzelbett eingeführt. Die Ziehmutter Grenouilles, Madame Gaillard, stirbt jedoch 1799 in einem Gemeinschaftsbett. Auch Freudenthal unterstellt Süskind, bei den Jahreszahlen eventuell Fehler gemacht zu haben. Da *Das Parfum* aber nach dem Vorabdruck überarbeitet wurde, kann davon ausgegangen werden, dass diese falschen Angaben wohl bewusst gesetzt wurden.

Neben literarischen Interpretationen ist es einzig die Disziplin der Psychologie, die sich dem Text annähert: Julia Splitt wagt etwa eine psychologische Deutung des Romans und vor allem des Protagonisten, dem sie starke narzisstische Züge zuschreibt.<sup>423</sup> Selbiges gilt für Joachim Pfeiffers Aufsatz, der Grenouilles mentalen Zustand noch um den des Größenwahns erweitert.<sup>424</sup>

#### 2.1.1.8. Weiterverwertung

Bezeichnend für die Reichweite des Erfolgs ist die Existenz eines Nachahmerprodukts: Robert Schneiders Roman *Schlafes Bruder* nimmt so stark auf Süskinds Roman Bezug, dass die Parallelen unübersehbar sind.<sup>425</sup> Bizarrerweise entwickelt sich Schneiders Roman zum Selbstläufer: Er erscheint ohne Marketingaufwand bei *Reclam* Leipzig, sein Erfolgsgeheimnis lässt sich nach Aussagen des Verlags hauptsächlich auf Mundpropaganda zurückführen.

Auch andere Autoren verweisen innerhalb ihrer Texte auf Süskinds Roman. Barbetta attestiert etwa, dass Isabel Allende in ihrem Roman *Afrodita* (1997) auf Süskind und *Das Parfum* Bezug nahm.<sup>426</sup> Auch Karen Duve verweist in ihrem *Regenroman* auf Süskinds *Parfum*.<sup>427</sup> Diese Andeutungen befördern das Image von *Das Parfum* als Bestseller, der zu einem so markanten Gegenstand geworden ist, dass eben auch

---

<sup>421</sup> Grimm: *Reise in die Vergangenheit Reise in die Fantasie?* S. 96f.

<sup>422</sup> Barbetta: *Poetik des Neo-Phantastischen*, S. 108.

<sup>423</sup> Julia Splitt: *Narzissmus in Patrick Süskinds Roman Das Parfum*, in: Andrea Bartl (Hrsg.): *Transitträume. Beiträge zur deutschsprachigen Gegenwartsliteratur*. Interviews mit Raoul Schrott, Albert Ostermaier, Hanns-Josef Ortheil, Andrea Maria Schenkel, Kerstin Specht, Nora-Eugenie Gomringer, Olaf Neopan Schwanke und Franzobel, Augsburg 2009, S. 333-348.

<sup>424</sup> Pfeiffer: *Vom Größenwahn zum Totalitarismus*.

<sup>425</sup> Robert Schneider: *Schlafes Bruder*, Leipzig 1992.

<sup>426</sup> Barbetta: *Poetik des Neo-Phantastischen*, S. 23.

<sup>427</sup> Karen Duve: *Regenroman*, Frankfurt am Main 2001, S. 14. Auch Bernhard Schlink spielt in seinem Roman *Der Vorleser* indirekt auf Süskinds Roman an. Vgl. Bernhard Schlink: *Der Vorleser*, Zürich 1995, S. 185.

Romanfiguren dieses Buch lesen. Degler bestätigt: „Immer dann, wenn ein Textbeispiel gesucht wird für einen noch lebenden deutschsprachigen Autor, der tatsächlich gelesen wird, ist Süskinds Roman in der engeren Auswahl.“<sup>428</sup>

Die Verfilmung – die einem Buch meist nochmals zu einer Position auf der Bestsellerliste verhilft – wird durch die Rechtevergabe von Patrick Süskind an seinen Freund Bernd Eichinger erst 15 Jahre später ermöglicht. Eichinger liest das Buch kurz nach dessen Erscheinen und will sich sofort die Filmrechte dafür sichern. Der Produzent sieht das Erfolgsgeheimnis von *Das Parfum* darin, „daß die Geschichte so einzigartig ist. Und das Publikum verlangt nach diesen einzigartigen Geschichten.“<sup>429</sup> Doch Süskind zögert die Rechtevergabe hinaus. Die Wahl Tom Tykwers als Regisseur findet sich zum Schluss darin begründet, dass ein Massenpublikum angesprochen werden sollte, wie Bernd Eichinger bestätigt: „Diese beiden Komponenten – das Experimentelle und das Populäre – muß man bei einem solchen Projekt, das definitiv kein Arthaus-Film ist, verinnerlicht haben, ansonsten kann man so einen großen Film mit internationalen Top-Darstellern gar nicht zustande bringen.“<sup>430</sup>

In Deutschland kommt der Film am 14. September 2006 in die Kinos; zur Uraufführung eine Woche zuvor in München erscheint Patrick Süskind zum Verdruss der Medien nicht. Dem Erfolg des Films tut dies keinen Abbruch. Im Gegenteil, dank der Verfilmung gelangt der Roman tatsächlich wieder auf die Bestsellerliste des *Spiegels*, wie nachfolgende Tabelle veranschaulicht.

---

<sup>428</sup> Degler: *Asthetische Reduktionen*, S. 148.

<sup>429</sup> O. V.: *Gespräch mit Bernd Eichinger*, in: *Das Parfum. Das Buch zum Film*. Das vollständige Drehbuch von Andrew Birkin und Bernd Eichinger und Tom Tykwer, mit zahlreichen Fotos aus dem Film, Berichten über die Entstehung des Films, Gesprächen mit Tom Tykwer und Bernd Eichinger sowie einem Essay von Verena Lueken, Zürich 2006, S. 25-29, hier S. 25.

<sup>430</sup> O. V.: *Gespräch mit Bernd Eichinger*, S. 27.

| Ausgabe<br>Buchreport | Platzierung<br>auf der<br>Bestsellerliste | Ausgabe<br>Buchreport | Platzierung<br>auf der<br>Bestsellerliste | Ausgabe<br>Buchreport | Platzierung<br>auf der<br>Bestsellerliste |
|-----------------------|---|-----------------------|---|-----------------------|---|
| 30/2006               | 28  | 40/2006               | 1   | 50/2006               | 4   |
| 31/2006               | 25  | 41/2006               | 1   | 51/2006               | 8   |
| 32/2006               | 19  | 42/2006               | 1   | 53/2006               | 5   |
| 33/2006               | 19  | 43/2006               | 1   | 1/2007                | 9   |
| 34/2006               | 11  | 44/2006               | 1   | 2/2007                | 10  |
| 35/2006               | 6   | 45/2006               | 2   | 3/2007                | 10  |
| 36/2006               | 1   | 46/2006               | 4   | 4/2007                | 16  |
| 37/2006               | 1   | 47/2006               | 5   | 5/2007                | 18  |
| 38/2006               | 1   | 48/2006               | 5   | 6/2007                | 23  |
| 39/2006               | 1   | 49/2006               | 5   | 7/2007                | 30  |

Abbildung 13: Listenplatzierung des Romans *Das Parfum* zum zeitgleichen Erscheinen des Films.<sup>431</sup>

Hier zeigt sich eine deutliche Korrelation zwischen dem Erscheinen des Films in den deutschen Kinos und den Verkaufszahlen der Taschenbuchausgabe. Mit einer Miniatur des Kinoplakates wird das Originalcover des Romans überklebt, damit ein Wiedererkennungseffekt beim Kunden eintritt. Gleichzeitig erscheinen weitere Ausgaben von *Das Parfum*, sowie das „Buch zum Film“.

In einem Interview erklärt Tykwer, dass er *Das Parfum* sehr spät gelesen habe, weil er aus Abneigung gegen Bestseller solche Texte eigentlich verschmähe. „Neugierig hatte ihn damals gemacht, daß zwar alle das Buch lasen, aber kaum jemand darüber sprach.“<sup>432</sup> Diese im ersten Moment scheinbar negative Kritik, wendet Tykwer ins Positive, da er ja schließlich nicht nur das Buch las, sondern daraus auch den Film machte. Auch soll die verspätete Begeisterung zeigen, dass eine grundsätzliche Ablehnung gegen Bestseller grundlos sei. Tykwer selbst sieht den Grund für den Erfolg des Buches darin, dass

viele der Menschen, die dieses Buch ins Herz geschlossen haben, es fast wie einen Geheimschatz behandeln, dessen wahres Geheimnis ihnen ganz allein gehört. Es ist ein Buch, das man eher für sich allein liest, über das man nicht so ausführlich mit anderen spricht; denn es handelt von Einsamkeit und vom Mythos des unerkannten Genies.<sup>433</sup>

Diese Vermutung würde auch Tykwerts vorherige Aussage unterstützen, dass alle das Buch lasen, aber niemand darüber sprach.

<sup>431</sup> In Anlehnung an o. V.: *Bestseller Einzelansicht. Das Parfum*, in: *Homepage von Buchreport*, URL: [http://www.buchreport.de/bestseller/bestseller\\_einzelansicht.htm?tx\\_bestseller\\_pi1\[isbn\]=9783257229530](http://www.buchreport.de/bestseller/bestseller_einzelansicht.htm?tx_bestseller_pi1[isbn]=9783257229530) (letzter Zugriff am 17.09.2012).

<sup>432</sup> Lueken: „*Das Parfum*“ – vom Buch zum Film, S. 16.

<sup>433</sup> O. V.: Gespräch mit Tom Tykwer, in: *Das Parfum. Das Buch zum Film*. Das vollständige Drehbuch von Andrew Birkin und Bernd Eichinger und Tom Tykwer, mit zahlreichen Fotos aus dem Film, Berichten über die Entstehung des Films, Gesprächen mit Tom Tykwer und Bernd Eichinger sowie einem Essay von Verena Lueken, Zürich 2006, S. 19-24, hier S. 20.

Eine rein materielle Weiterverwertung ganz anderer Art wurde zum Filmstart von *Das Parfum* unternommen:

So gab es pünktlich ab September 2006 zum Filmstart in allen Thierry-Mugler-Parfumerien ein „Coffret“ aus rotem Velour mit 15 Flakons zu kaufen – angepriesen als „olfaktorische Interpretation des Films“. Dabei sollten nicht alle Flakons herrlich duften; der Geruch „Straßen von Paris“ beispielsweise stinke höllisch.<sup>434</sup>

Angesprochen werden damit vor allem Frauen, die den Film gesehen haben. Denn im Buch stellt Grenouille seine Essenz aus 25 ermordeten Frauen her, im Film jedoch aus dreizehn.

Des Weiteren hat es der Roman – ähnlich wie Schlinks *Vorleser* – in den Schulkanon geschafft. Bereits 1988 wurde *Das Parfum* im Deutschunterricht thematisiert.<sup>435</sup> Er war in einigen Bundesländern sogar Abiturthema.

All diese Beispiele zeigen, dass *Das Parfum* in den diversesten Bereichen vermarktet wurde und verschiedenste Zielgruppen dadurch angesprochen wurden. Doch der Erfolg machte vor den Grenzen des deutschsprachigen Raumes nicht halt, wie der nachstehende Abschnitt verdeutlichen soll.

### 2.1.2. Internationaler Erfolg

Die internationale Vermarktung des Romans ist als sehr erfolgreich zu verbuchen: Bevor *Das Parfum* als Buch erscheint, werden bereits Lizenzen in zahlreiche Länder vergeben,<sup>436</sup> das bedeutet, ohne dass die Abnehmer den Text vollständig kennen, versuchen ausländische Verlage, an den sich anbahnenden Erfolg des *Diogenes* Verlags anzuknüpfen. Nach zwei Monaten sind bereits neun Übersetzungslizenzen vergeben, dreizehn weitere folgen bald darauf.<sup>437</sup> Der Verlag vergibt die Lizenzen dann aber nicht unbedingt an das ausländische Unternehmen, das den besten Preis bietet, sondern versucht, das passende Verlagsprogramm zu finden.<sup>438</sup> Dies spricht dafür, dass die Produktpolitik in ihrer Stringenz auch auf den ausländischen Markt übertragen werden soll. *Diogenes* kann sogar die Forderung stellen, dass das identische Coverbild der Originalausgabe übernommen werden muss. Schwierigkeiten gibt es dabei nur mit zwei Staaten: Das sind zum einen die USA, wo es gesetzlich untersagt ist, die entblößte

---

<sup>434</sup> Hübel: [Rezension zu] Alexander Kissler, Carsten Leimbach, S. 252.

<sup>435</sup> Vgl. die Lektürehilfe von Dörfler: *Moderne Romane im Unterricht*.

<sup>436</sup> Kampa: *Diogenes*, S. 427.

<sup>437</sup> Prangel: *Patrick Süskinds Roman Das Parfum*, S. 262.

<sup>438</sup> Kampa: *Diogenes*, S. 427f.

weibliche Brust auf einem Titelumschlag zu zeigen („no-nipple-law“) und zum anderen die DDR. Wobei es hier vielmehr steuerrechtliche Probleme sind, da dasselbe Cover einen Reimport in die BRD begünstigen würde.

Der internationale Erfolg von Süskinds Roman verhilft dem Verlag auch zu späteren wichtigen wirtschaftlichen Entscheidungen: So erhält *Diogenes* etwa die Lizenz für Connie Palmens Roman *Die Gesetze*, da der niederländische Verlag die Übersetzungslizenz von *Das Parfum* besitzt.<sup>439</sup>

Auf der Bestsellerliste der *New York Times* steht *Das Parfum* vom September 1987 an; in Mailand druckt die Tageszeitung *Il Corriere della Sera* den Text als Fortsetzungsroman ab (erwähnenswert ist, dass die Zeitung seit 100 Jahren keinen Fortsetzungsroman mehr gedruckt hatte).<sup>440</sup> Bis heute wurde *Das Parfum* in 41 Sprachen übersetzt.<sup>441</sup>

Weiterhin ist interessant, dass in wissenschaftlichen Aufsätzen auf Kuriositäten im internationalen Raum aufmerksam gemacht wird, da diese den weitreichenden Erfolg des Romans widerspiegeln. Zu solchen Besonderheiten zählen etwa die Übersetzung ins Katalanische oder der Abdruck des Romans in einer thailändischen Frauenzeitschrift.<sup>442</sup>

Verena Lueken preist den Roman und seine (inter-)nationalen Erfolge beinahe wie in einem Werbetext an:

Jahrelang stand *Das Parfum* auf den Bestsellerlisten, nicht nur in Deutschland, sondern auch in zahlreichen anderen Ländern, darunter Amerika, wo Süskinds Roman der größte deutschsprachige Erfolg seit Erich Maria Remarques Roman *Im Westen nichts Neues* wurde. Zwischen beiden Büchern lagen mehr als ein halbes Jahrhundert, drei Schriftstellergenerationen, ein Weltkrieg und langer Frieden. Übersetzt in sechszwanzig Sprachen, darunter ins Isländische, Lettische, Lateinische und in Hindi, mit einer Leserschaft von etwa fünfzehn Millionen, wurde *Das Parfum* ein Weltbestseller und damit die große Ausnahme in der Geschichte der deutschen Literatur.<sup>443</sup>

Auch im internationalen Raum wurden ähnliche Lobpreisungen laut:

Fünfzehn Millionen Exemplare erschienen noch im 20. Jahrhundert weltweit, vier Millionen allein auf Deutsch; der Roman wurde in mehr als vierzig Sprachen übersetzt. Lange schien es so, als entginge das Buch der neueren Tendenz zu Megaverfilmungen, da der Autor zögerte, seinen Text dem Risiko einer Visualisierung auszusetzen. So mancher prominente Regisseur bemühte sich vergebens um die Rechte, so etwa Steven

---

<sup>439</sup> Kampa: *Diogenes*, S. 535.

<sup>440</sup> Kampa: *Diogenes*, S. 428.

<sup>441</sup> Kampa: *Diogenes*, S. 498.

<sup>442</sup> Vgl. dazu etwa Cersowsky: *Ein fluidaltheoretischer Roman*, S. 107.

<sup>443</sup> Lueken: „*Das Parfum*“ – vom Buch zum Film, S. 8.

Spielberg und Martin Scorsese. Süskind hatte seine Hoffnung auf Stanley Kubrick gesetzt, doch dieser hielt das Buch für unverfilmbar.<sup>444</sup>

Die Auflistung berühmter Regisseure, die sich um die Filmrechte streiten, und die Ablehnung durch Kubrick befördern ebenfalls den Erfolg. Nicht nur wird über diese Diskussion in den Medien berichtet, auch die Nennung dieser Namen in Verbindung mit dem Buchtitel wecken positive Resonanzen. Neue Lesergruppen können damit generiert werden und der Zuschauererfolg einer folgenden Verfilmung scheint beinahe garantiert. Immer wieder greifen die Wissenschaftler und Journalisten auf Auflagenzahlen zurück und die Anzahl der verkauften Exemplare. Zwar behauptet *Diogenes*, keine Zahlen zu veröffentlichen, da im Falle des Romans so massiv darauf verwiesen wird, muss davon ausgegangen werden, dass der Verlag hier eine Ausnahme machte. Auch die Veröffentlichung dieser Verkaufszahlen befördert den Erfolg des Romans weiter und vergrößert seine Reichweite.

Interessanterweise wird nicht nur in fremdsprachigen Artikeln, sondern auch in jenen, die in der Schweiz erschienen sind, betont, dass Süskind ein deutscher (und nicht primär deutschsprachiger) Autor ist.<sup>445</sup> Erkenntlich wird dabei, wie ungewöhnlich es den ausländischen Rezensenten erscheint, dass der Bestseller von einem Deutschen verfasst wurde. Auch das Lob gegen die Verkopftheit der deutschen Gegenwartsliteratur unterstreicht dieses Erstaunen (Wolfram Knorr nennt *Das Parfum* gar eine „Überraschung“). Aller Wahrscheinlichkeit nach kann diese Verwunderung dazu beigetragen haben, dass die positive Aufnahme des Romans auch international vorangetrieben wird.

Als *Das Parfum* 2004 ins Lateinische übersetzt wird, erscheinen dazu Artikel und Kommentare. Nun steigt das Buch „zum veritablen Klassiker“ auf, das durch die antike Sprachverkleidung geadelt wurde.<sup>446</sup>

#### 2.1.2.1. USA und Großbritannien

*Das Parfum* erschien in Großbritannien bei *Penguin Books* bereits 1985. Der Lizenzverkauf ins Ausland beginnt bald nach dem Erscheinen des *Parfums* im

---

<sup>444</sup> Ingeborg Hoesterey: *Filmadaption und Intermedialität: Patrick Süskinds Roman Das Parfum in Tom Tykwers Regie*, in: Paul Michael Lützeler, Stephan K. Schindler (Hrsg.): *Gegenwartsliteratur. Ein germanistisches Jahrbuch/A German Studies Yearbook 7/2008, Schwerpunkte Literatur und Film. Literatur und Erinnerung*, S. 30-44, hier S. 30.

<sup>445</sup> So etwa Knorr: *Aus Zwerg Nase wird ein Frankenstein der Düfte*.

<sup>446</sup> O. V.: *Klassischer Duft*, in: *Der Spiegel* 31/2004, auch online in: Homepage von *Der Spiegel*, URL: <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-31617152.html> (letzter Zugriff am 17.09.2012).



deutschsprachigen Raum. 1986 wurde es von der *New York Times* zum Buch des Jahres gewählt.<sup>447</sup>

In den USA und Großbritannien beschäftigen sich die Wissenschaftler ebenfalls damit, das Erfolgsgeheimnis des *Parfums* zu entschlüsseln. Interessanterweise fixieren sie sich stärker auf den Text als ihre deutschen Kollegen. Autor und Medien blenden sie in ihren Vermutungen weitgehend aus. Brian Keith-Smith vermeint etwa das Erfolgsgeheimnis des *Parfums* wie folgt lüften zu können:

Was waren die Ingredienzien dieses Erfolgs? Zuerst, um ganz zynisch zu sein: deswegen, daß der Autor sich weigerte, Interviews zu geben, geschweige denn Preise zu akzeptieren. Dann, daß das Buch etwas für jeden Leser mit sich brachte: eine klare Diktion, für jedermann verständlich [SIC!], aber trotzdem anspruchsvoll; erzählerisches Können; eine nicht zu lange Geschichte; eine nicht alltägliche, überschaubare Handlung; eine extraordinary Hauptfigur mit unvergleichlichen Riechfähigkeiten; eine Prise kriminalistischer Spannung; eine historische Verpackung mit kulturhistorischer Anziehungskraft: alles in allem ein ideales Produkt für diejenigen Bürger, die noch Bücher lesen.<sup>448</sup>

Auffällig ist, dass Keith-Smith primär die Medienscheu des Autors als Erfolgsfaktor nennt, dabei übersieht er die Einflussmacht der Rezensionen. Jonathan Woolley versucht gleichfalls Erfolgsfaktoren aufzudecken:

None the less, it has delighted millions of readers worldwide and for a while became something of a literary sensation. Just what it is about the novel that has made it so popular is open to question. One explanation could be that it fits into a number of genres (historical novel, fantastic novel, crime novel, Bildungsroman or Künstlerroman, gothic horror) and thus appeals to a wide variety of readers. Judith Ryan identifies a 'double coding' in *Das Parfum* that addresses both a 'cultural elite', capable of spotting the wealth of allusions to German Romanticism and Symbolism or keen to take on the 'allegorical puzzle', and 'the ordinary person', who enjoys the 'sensationalist', 'titillating' and 'macabre' aspects of the novel.<sup>449</sup>

Und auch Hoesterey, die sich vor allem mit der Doppelkodierung des Textes auseinandersetzt, merkt an:

By contrast, the sensuous textuality of "The Story of a Murder," the subtitle of Süskind's first novel, lured so many ordinary readers into its sumptuous flow that the book was frequently classified as popular fiction. (For a while the English paperback graced the shelves of American supermarkets.)<sup>450</sup>

---

<sup>447</sup> Stark: *Süskinds „Parfum“*, S. 1.

<sup>448</sup> Brian Keith-Smith: *From Hagedorn to Süskind. Essays on German Literature*, New York 2000, S. 447.

<sup>449</sup> Jonathan Woolley: *Home Truths. The Importance of the Uncanny for Patrick Süskind's Critique of the Enlightenment in Das Parfum*, in: *German Life and Letters* 60:2 April 2007, S. 225-242, hier S. 225f.

<sup>450</sup> Ingeborg Hoesterey: *Pastiche. Cultural Memory in Art, Film, Literature*, Bloomington 2001, S. 100. Zuvor wurde diese Doppelkodierung und das Lesen auf zwei Ebenen bereits entdeckt von Judith Ryan:

Die Verfügbarkeit des Romans in amerikanischen Supermärkten gilt hier wieder als Indikator für den Erfolg des Buches. Das Erreichen von Massen und der größtmögliche Absatz sind auch hier wichtiger als etwa eine Veränderung in der Literaturszene oder die Neuartigkeit des postmodernen Romans. Der Aspekt, dass es so viele Leser unterschiedlicher Interessen und Ansprüche zum Lesen animierte ist einer der elementaren Erfolgsfaktoren. Wobei die Doppelkodierung in den fremdsprachigen Ausgaben deutlich schwieriger zu entdecken und aufzulösen ist, als Erfolgskriterium demnach eher ausscheiden muss. Daher muss davon ausgegangen werden, dass der Ruf des Bestsellers dem Text vorausseilt. Als internationaler Bestseller gilt ein Roman im deutschsprachigen Raum offenbar, wenn reichlich Lizenzen an unterschiedliche Verlage verkauft werden. Im Ausland mag folglich nicht primär die Doppelkodierung den Erfolg ausgelöst haben, vielmehr waren es die hohen Erwartungen durch den Bestsellerstatus in Deutschland. Die inhaltliche Vielfalt (Kriminalroman, historischer Roman, Sex and Crime etc.) ruft ähnliche Reaktionen wie in Deutschland hervor. Auch angelsächsische Forscher parallelisieren Süskind und Grenouille, jedoch mit einem weniger psychologisierenden Ansatz als in Deutschland. Vielmehr werden hier Verankerungspunkte in der deutschen Geschichte gesucht, wie etwa Keith-Smith verdeutlicht:

[I]st nicht Grenouille als Kontrapunkt zu seinem Schöpfer zu denken? Das bedeutet, daß Süskind, der grausamen Vergangenheit seines eigenen Landes voll bewußt, sich entschieden hat, im Ausland zu leben, wo er die ganze Kultur zu verstehen gelernt hat. Wo in Deutschland man versucht hat, einige Jahre Geschichte endgültig wegzutilgen, bleibt man in Frankreich *seiner* Revolution noch verschuldet, sogar stolz darauf. Ihr geistiges Erbe zu verneinen war das Los von vielen deutschen Dichtern – man denkt zuallererst an Heine, der die letzten fünfundzwanzig Jahre seines Lebens in Paris verbracht hat. Süskind als Postmodernist mit internationaler Haltung und der Not sich in der Geschichte beheimatet zu fühlen, wußte wie grotesk er als deutscher Dichter mit französischem Stoff aussehen mußte. Deshalb schuf er ein Monstrum, einen Weggeworfenen, einen Dämon, der von Geburt aus Außenseiter war.<sup>451</sup>

Ähnlich wie bei Schlinks *Der Vorleser* fokussiert sich die Interpretation damit auf die deutsche Vergangenheit, obwohl in diesem Roman Deutschland vordergründig gar keine Rolle spielt. Einige Rezensenten vermuten den Erfolg hinter der Konstruktion des Protagonisten, der auf den Leser einen schockierenden und faszinierenden Eindruck

---

*Pastiche und Postmoderne. Patrick Süskinds Roman Das Parfum*, in: Paul Michael Lützeler (Hrsg.): *Spätmoderne und Postmoderne. Beiträge zur deutschsprachigen Gegenwartsliteratur*, Frankfurt am Main 1991, S. 91-103.

<sup>451</sup> Keith-Smith: *From Hagedorn to Süskind*, S. 460.

zugleich mache.<sup>452</sup> Jeffrey Adams sieht in dem schillernden und unergründlichen Protagonisten das Faszinosum und Erfolgsgeheimnis für das Buch. Außerdem diagnostiziert er bei ihm das Borderlinesyndrom.<sup>453</sup> Elemente einer psychischen Erkrankung (die sich ja auch in den Größenwahnvorstellungen des Protagonisten widerspiegeln) könnten als Teilerklärung für die Begeisterung für das *Parfum* gelten. Jedoch müssen (rein für den Aspekt des Protagonisten als Faszinosum) auch noch dessen geniale Begabung und sein Können hinzugezählt werden. Genie und Wahnsinn wecken das Interesse an der Figur, das durch die erzählerische Gestaltung und die indirekte Komplizenschaft des Lesers mit dem Verbrecher ergänzt wird.

In der Wissenschaft werden hier auch Ansätze aus anderen Gebieten herangezogen. So versucht Jonathan Woolley den Roman mithilfe von Freuds Aufsatz *Das Unheimliche* zu interpretieren.<sup>454</sup>

In den Rezensionen wird ähnlich wie in Deutschland auch auf den Erfolg eingegangen, sprich, es werden Zahlen genannt, die die Verbreitung des Romans veranschaulichen sollen. Neben den Verkaufszahlen werden hier gleichfalls die Anzahl der Übersetzungen herangeführt, um das Buch als internationalen Bestseller zu deklarieren. Hier ein Beispiel von Damon O. Rarick:

The serial was revised and published in book form in 1985, selling over a million copies in Germany alone, and, translated into more than twentyfive languages, sold in excess of two million copies globally in just five years [...]. Remaining on *Der Spiegel's* bestseller list for over a decade [...], the novel sold ten million copies by century's end [...] across thirty-nine languages, including three million copies in German [...], to become one of the bestselling German-language novels in history.<sup>455</sup>

Ähnlich wie in Deutschland gestaltet sich die Messung des Erfolgs auch im englischsprachigen Raum, wie beispielhaft mit Osman Durrani gezeigt wird:

In terms of print-runs and international recognition, Patrick Süskind has outperformed all German novelists of the postwar period. His novel *Das Parfum* (1985) sold 400,000 copies within the first year. After three years, 800,000 copies of the German hardback edition had been bought, and there were translations into twenty-four languages.<sup>456</sup>

---

<sup>452</sup> So etwa: Jeffrey Adams: *Narcissism and Creativity in the Postmodern Era: The Case of Patrick Süskind's Das Parfum*, in: *The Germanic Review*, 2000 Fall, 75 (4), S. 259-79.

<sup>453</sup> Adams: *Narcissism and Creativity in the Postmodern Era*.

<sup>454</sup> Woolley: *Home Truths*.

<sup>455</sup> Rarick: *Serial Killers, Literary Critics*, S. 207.

<sup>456</sup> Osman Durrani: *The Virtues of Perfume, or the Art of Vanishing without Trace. Grotesque Elements in Patrick Süskind's Das Parfum*, in: Neil Thomas (Hrsg.): *German Studies at the Millennium*, Durham 1999, S. 224-242, hier S. 226.

Die angelsächsischen Rezensionen fallen insgesamt weniger positiv aus als die aus dem deutschsprachigen Raum,<sup>457</sup> was vor allem an der Übersetzung liegen mag, die zahlreiche Anspielungen auf literarische Texte unerkennbar macht. Die Kritiker sehen sich also einem anderen Text gegenüber als die deutschsprachigen Rezensenten. Einen weiteren Faktor für die weniger positive Aufnahme im Ausland erkennt Rarick in der Erscheinungsform des Romans:

This explanation of the attractive and addictive powers of seriality may help explain how and why the novel has reached “mythic” proportions in Europe but not in America: it was there that the novel first appeared, quite specifically, as a *serial*. The installment pattern of serial murders that arouses our anticipation of the next “chapter” each new murder represents is made visible in the serialized form of Süskind's fictional world, in which murders are serialized along with chapters. The reader of the serialized form is made even more complicit in its violence than a reader of the novelized form.<sup>458</sup>

Die mangelnde Komplizenschaft bindet den Leser weniger stark an den Protagonisten und sein Schicksal als dies für deutsche Leser der Fall war.

#### 2.1.2.2. China

In China ist *Das Parfum* unter dem Titel 香水 bei 上海译文出版社 im April 2003 erschienen. Zuvor gab es diverse Übersetzungen in kleineren Verlagen. Verkaufszahlen waren für die Volksrepublik nicht ausfindig zu machen. Generell gestaltet sich die Nachzeichnung der Vermarktung in China und der dortigen Rezeptionsgeschichte recht schwierig. Hauptgrund dafür ist die damalige politische Situation in der Volksrepublik und die mangelnden technologischen Möglichkeiten, das Buch rasch zu übersetzen und zu verbreiten. Auch stehen die Übersetzer (wie in allen fremdsprachigen Nationen) vor dem Problem, die literarischen Zitate und Anspielungen nicht nur in eine fremde Sprache zu transportieren, sondern auch in einen nicht europäisch geprägten Kulturraum. Hinzu kommt, dass europäische Literatur in China zu diesem Zeitpunkt weniger stark verbreitet und bekannt ist. Zugleich war das Internet noch nicht in der heutigen Form nutzbar, das heißt auch diese Verbreitungsmöglichkeit stand nicht zur Verfügung.

Die Forschung hat sich daher in der Volksrepublik kaum mit dem Roman beschäftigt. Forschungsliteratur liegt hierzu nur vereinzelt vor. Dies zeigt auch, dass der Erfolg in

---

<sup>457</sup> Bruce S. Fleming: *The Smell of Success: A Reassessment of Patrick Süskind's Das Parfum*, in: *South Atlantic Review*, 1991 Nov, 56 (4), S. 71-86, hier S. 71.

<sup>458</sup> Rarick: *Serial Killers, Literary Critics*, S. 214f.

China (im Gegensatz etwa zu Bernhard Schlinks Roman *Der Vorleser*) deutlich geringer war.

Dennoch wurde der Roman auch ins Chinesische übersetzt und in der Volksrepublik verkauft. Zhao Leilian spricht von einem „Widerhall“ in China, den sie folgendermaßen begründet:

Vielleicht weil sich das chinesische Lesepublikum unheimlich über die dank geistreicher Einbildungskraft von Süskind geschaffene völlig neue mythische Welt freut. Ähnliche Neigungen für Groteskes und Schauerliches in der chinesischen Literatur kann man nur bei dem Romancier Pu Songling der Qing-Dynastie in seinen Geistergeschichten finden. In der heutigen Zeit spricht man in China viel vom Mangel an originaler Einbildungskraft chinesischer Schriftsteller. [...] Der Roman *Das Parfum* besitzt für Chinesen literarisch anregenden Innovationswert: 1) Die neue Perspektive der Erzählung ist horizontweiternd. 2) Im Vergleich zur abendländischen Kultur hält die Kritik an der Aufklärung in China viel später Einzug.<sup>459</sup>

Anzumerken sind dazu zwei Aspekte: Zhao hat das Buch wohl auf Deutsch gelesen, was auch generell aus ihrer Analyse in eben jenem Aufsatz hervorgeht. Das heißt, sie hat sich nicht mit dem Text auseinandergesetzt, den die Chinesen lesen. Zweitens ist fraglich, ob das Buch tatsächlich aufgrund der „Einbildungskraft“ Süskinds gekauft wurde.

In der jüngeren Vergangenheit sind einige Beiträge im Internet entstanden, die den Roman und seine Thematik in den Mittelpunkt stellen. Darin wird besonders betont, dass Süskinds Roman von den kleinen, einfachen Leuten handle und der Protagonist in seiner Außenseiterrolle nicht einer hohen gesellschaftlichen Schicht angehöre. Auch wird *Das Parfum* als Reaktion auf die gesellschaftlichen Gegebenheiten der Gegenwart gelesen: Die postindustrielle Gesellschaft sei voller Angst, Depressionen, Verwirrungen und Hilflosigkeit, die postmoderne Literatur spiegle diese negativen Gefühle wider.<sup>460</sup> Möglicherweise wird durch diese Kritik eine mögliche Verbindung zum Alltag der chinesischen Bevölkerung gesucht.

Interessanterweise werden auf verschiedenen Homepages Zitate aus deutschen Medien (allen voran *Spiegel* und *Frankfurter Allgemeine Zeitung*) zitiert.<sup>461</sup> Dafür gibt es zwei mögliche Gründe, erstens soll dadurch der nationale Erfolg betont werden und zweitens

---

<sup>459</sup> Leilian Zhao: *Über die Vernunftkritik im Roman Das Parfum. Die Geschichte eines Mörders von Patrick Süskind*, in: *Literaturstraße. Chinesisch-deutsches Jahrbuch für Sprache, Literatur und Kultur*, Band 5 – 2004, S. 227-241, hier S. 240.

<sup>460</sup> Vgl. dazu: o. V.: *德语小说 - 香水*, in: Homepage von Wenguo, URL: <http://de.v.wenguo.com/html/de/200707/6535.shtml###> (letzter Zugriff am 17.09.2012).

<sup>461</sup> Vgl. zum Beispiel: o. V.: *德国作家帕特里克·聚斯金德小说*, in: Homepage von Baikel.Baidu, URL: <http://baikel.baidu.com/view/22484.htm> (letzter Zugriff am 17.09.2012).

existieren von chinesischer Seite aus kaum Rezensionen, die repräsentativ Aussagen über den Roman treffen.

Zu Süskind als Person beschränken sich die chinesischen Kritiker auf seinen Lebenslauf und die Nennung seiner weiteren Werke. Auf Anekdoten und Spekulationen gehen sie nicht ein. Jedoch ist auch in China der Aspekt Süskinds Medienscheu zu finden;<sup>462</sup> diese scheint weltweit die Rezensenten zu faszinieren.

### 2.1.3. Zusammenfassende Beobachtung

Süskinds Roman ist ein Sonderfall in der Geschichte des deutschen Buchmarkts. Noch nie zuvor stand ein Titel ohne Unterbrechung so lange auf den Bestsellerlisten. Auch heute noch verkauft *Diogenes* zahlreiche Exemplare des Textes, ein Ende des Erfolges scheint hier noch nicht in Sicht. Schärf fühlt sich angesichts des anhaltenden Erfolgs genötigt, den Roman rundum als ein mediales Konstrukt entlarven zu müssen:

Das *Parfum* ist rundherum ein Medienprodukt – ein Roman, erzählerisch angelegt wie ein Hollywoodfilm und vermarktet mit dem gesamten Potential der Medienmaschine. Ein typisches Artefakt einer Epoche, in der der Roman ins **Stadium der Selbstzitation** eingetreten ist: Die Textualität des Romans wird durch das Klischeebild des Romans überdeckt. Ein Konsumprodukt – eingängig, unterhaltsam und folgenlos –, das sich als Luxusgegenstand versteht und dem der Titel Programm ist – *Das Parfum*.<sup>463</sup>

Über 25 Rezensionen wurden für die Analyse miteinbezogen. Dabei stellte sich heraus, dass sie sich zwar anfänglich auf den Text konzentrieren, alsbald die Doppelkodierung und die zahlreichen literarischen Querverweise entschlüsseln, doch schon nach kurzer Zeit rückte der Autor als Person in das Zentrum des Interesses. Süskinds Medienscheu machten den Schriftsteller präsenter als es womöglich beabsichtigt war. Daher ist die Strategie der permanenten Präsenz durch Absenz keinesfalls zu vernachlässigen, sondern im Gegenteil als substanzieller Baustein sowohl der Imagebildung Süskinds selbst als auch des Erfolgs des Textes an sich einzustufen.

Deutlich wurde auch, dass sich durch die literarische Gestaltung des Textes mehrere Ausgangspunkte in den Wissenschaften zur Interpretation und Diskussion fanden. Diese Mannigfaltigkeit an Ansätzen war wiederum ein entscheidender Faktor zur Verbreitung und zum Stellenwert des Textes. Denn auch aus diesem Grund wurde *Das Parfum* Schullektüre und Abiturthema, konnten doch durch die Lektüre diverse Fächer und Themen abgedeckt werden.

---

<sup>462</sup> O. V.: 德语小说 - 香水.

<sup>463</sup> Schärf: *Der Roman im 20. Jahrhundert*, S. 172.

Die Weiterverwertung erstreckte sich neben Hörbuch und Film ja auch auf bizarre Formen (wie das erwähnte Parfum-Set), die deutlich machen, welche Wege ein Unternehmen einschlagen kann, um sein Produkt zu verbreiten und damit Geld zu verdienen.

Zur internationalen Resonanz ist Folgendes anzumerken: Während die Doppelkodierung primär in Deutschland als Erfolgsfaktor gewertet werden kann, so besteht die Möglichkeit der Variabilität an Genre- und Lesemöglichkeiten nicht in allen Sprachen. Dennoch ist der internationale Erfolg zwar aufgrund der vergebenen Lizenzen groß; im Vergleich zu den beiden anderen Romanen, wie sich noch zeigen wird, gering, was Absatzzahlen und Resonanz angeht.

Deutlich wird insgesamt, dass der Erfolg einem Geflecht aus verschiedenen Faktoren geschuldet ist, auch wenn in der Forschungsliteratur überwiegend die Doppelkodierung des Textes als entscheidendes Merkmal genannt wird. Dass in diesem Beispiel auch der Autor (obwohl er scheinbar abwesend ist) entscheidend zum Erfolg beigetragen hat, wurde durch die Methode der Fokussierung der einzelnen Faktoren im gesamten Netzwerk ersichtlich. Deutlich wurde auch, dass jeder einzelne Einflussfaktor entscheidend ist – egal in welchem Ausmaß er präsent ist.

## 2.2. Bernhard Schlink: *Der Vorleser*

Bernhard Schlink erzählt in seinem Roman *Der Vorleser* (1995)<sup>464</sup> die Geschichte des fünfzehnjährigen Protagonisten Michael Berg, der sich als Minderjähriger mit der 21 Jahre älteren Hanna Schmitz auf eine Liebesbeziehung einlässt. Jahre später erfährt er während eines Gerichtsprozesses, den er im Rahmen eines Universitätsseminars besucht, wer seine damalige Geliebte wirklich war: Hanna Schmitz wird für den Mord an mehreren jüdischen Frauen und Kindern verantwortlich gemacht. Außerdem arbeitete sie in den 1940er Jahren als Aufseherin in einem Konzentrationslager und war dort an Selektionen beteiligt. Dass Hanna nicht lesen und schreiben kann, bemerkt Michael später nach langem Nachdenken. Problematisch an der Figurencharakterisierung ist, dass Hanna aus Scham, ihr Analphabetismus könne entdeckt werden, lieber die Arbeitsstelle im KZ annimmt (ihr wurde zuvor eine höhere Position bei Siemens angeboten, die sie allerdings aufgrund ihrer Schwäche ausschlägt) und dadurch eine Täterin des Dritten Reiches wird. Für Diskussion sorgte außerdem die Figurencharakterisierung bei einem weiteren Anklagepunkt: Sie solle – so behaupten es weitere beschuldigte Frauen – das Protokoll nach der unterlassenen Hilfeleistung in der brennenden Kirche geschrieben haben. Eine Schriftprobe soll für Aufklärung sorgen. Doch Hannas Angst vor der Entdeckung ihres Analphabetismus ist so stark, dass sie es stattdessen vorzieht, die Schuld für etwas auf sich zu nehmen, das sie nicht getan hat. Das spricht dafür, dass die Protagonistin sich des Ausmaßes der ihr (vorgeworfenen) Taten nicht bewusst ist. Die Erkenntnis folgt erst Jahre später, als sie sich im Gefängnis mit Hilfe von Michaels besprochener Kassetten Lesen und Schreiben beibringt. Zugänglich wird ihr dadurch auch Literatur über das Dritte Reich und die damit verbundenen Verbrechen. Die Literatur bietet hierbei einen Ausweg aus der Unmündigkeit, was in Hannas Selbstmord kurz vor ihrer Entlassung gipfelt.

Wie schon in seinen Detektivromanen vermischt sich im *Vorleser* die Biografie des Protagonisten mit einem Verbrechen, in welches er indirekt verwickelt wird. Diese Betroffenheit mündet in ein Schuldigsein, von dem sich die Figur nicht lösen kann. Ohne endgültige (Los-)Lösung bleibt auch Michael Berg und damit die gesamte Auflösung der Schuldproblematik. Von den Ereignissen der Vergangenheit können sich auch die nachfolgenden Generationen nicht losmachen, sie bleiben daran haften und werden damit selbst schuldig. Auch erteilt Schlink mit dem Romanende der Aufarbeitung der 1968er eine Absage. Das Vorwerfen der Schuld erzeugt eigene

---

<sup>464</sup> Schlink: *Der Vorleser*.



Schuld, stellt die eigene Urteilsbefugnis in Frage und endet mit der Frage „was hätte ich denn getan?“. Eine mögliche persönliche Bewältigung der Problematik bietet sich lediglich in der Literatur: Das Aufschreiben der Ereignisse gleicht einem Verarbeiten – jedoch ohne Erlösung.

Schlink verbindet drei brisante Themen in seinem Roman: So ist erstens die Beziehung zwischen einer älteren Frau und einem Minderjährigen zu nennen, zweitens die Problematik des Analphabetismus und drittens die Holocaust-Verbrechen. Hinzu kommt die Schuldigkeit der sogenannten Nachgeborenen, der Generation, die zu jung beziehungsweise noch nicht geboren war, um (im juristischen Sinne) Schuld auf sich zu laden. Allerdings können auch die Nachgeborenen in die vergangenen Verbrechen verwickelt werden wie Schlink zeigt: Michael macht sich schuldig, weil er sich in Hanna (und damit in eine Täterin) verliebt. Zeitlebens wird Michael von Schuld- und Schamgefühlen geplagt, die er selbst nach Hannas Tod nicht ablegen kann. Alison Lewis argumentiert mit dem Schuldkomplex folgendermaßen:

Daß Bergs Jugendliebe zu der viel älteren Hanna als stellvertretend für die Verstrickung der zweiten Generation in die Schuld der ersten, etwa für die „vererbte“ Kollektivschuld der 68er Generation, stehen soll, läßt sich ohne große Mühe als intendierte Wirkung des Buchs ableiten.<sup>465</sup>

Nachfolgend soll gezeigt werden, welche Faktoren zum Erfolg des Romans beitrugen. Dabei werden neben den Aktivitäten in Verlag und Medien auch der Schriftsteller und sein Image untersucht. Der Schwerpunkt liegt auf der Darstellung von Text und Autor in den Rezensionen. Ebenfalls werden die Elemente des Timings zum Zeitpunkt der Veröffentlichung sowie die nachfolgenden Preisverleihungen und Lizenzvergaben miteinbezogen. Umrissen wird die Verwertung des Romans in den Wissenschaften. Abschließend wird ein kurzer Vergleich zur Rezeption in den USA, Großbritannien und China vorgenommen.

---

<sup>465</sup> Alison Lewis: *Das Phantasma des Masochisten und die Liebe zu Hanna. Schuldige Liebe und intergenerationelle Schuld in Bernhard Schlinks „Der Vorleser“*, in: *Weimarer Beiträge* 52/2006, Heft 4, S. 554-573, hier S. 556.

### 2.2.1. Nationaler Erfolg

Zwischen 500.000 verkauften Exemplaren und einer „Millionenaufgabe“ schwanken die Verkaufszahlen für den *Vorleser* in Deutschland.<sup>466</sup> Damit gilt der Roman numerisch betrachtet als Bestseller, auch wenn der Verlag genaue Verkaufszahlen und Auflagenhöhen nicht preisgibt.<sup>467</sup> Der Roman war laut *Diogenes* mehr als 310 Wochen in der Bestsellerliste von Buchreport.<sup>468</sup> Verglichen werden die Ausmaße des Erfolgs häufig mit denen des Bestsellers *Das Parfum* von Süskind.<sup>469</sup> Als drittes Buch mit ähnlich hohen Verkaufszahlen ist nur noch Günter Grass' Roman *Die Blechtrommel* zu nennen. Die Verfilmung von 2009 befeuerte den Erfolg nochmals, wie sich in 2.2.1.8. zeigen wird.

In diesem Teil der Arbeit sollen die Faktoren untersucht und aufgedeckt werden, die diesen Erfolg ermöglichten.

#### 2.2.1.1. Der Verlag

„Jede Art zu schreiben ist erlaubt – nur die langweilige nicht.“ Voltaires Ausspruch bildet das Motto des *Diogenes* Verlags.<sup>470</sup> Es umfasst auch die Aufgabe, Bücher zu machen, die gerne gelesen werden, was laut Verlag und Autor zu einer Aufhebung der Kategorien U- und E-Literatur führen soll. Vergnügen und Anspruch müssen sich bei der Lektüre nicht ausschließen, eine Kombination aus beidem ist möglich und gilt als das erklärte Ziel des Verlags. Passend dazu äußerte sich Schlink selbst, der sich ebenfalls gegen eine pauschale Kategorisierung ausspricht und aus diesem Grund *Diogenes* zu seinem Lieblingsverlag erklärt.<sup>471</sup> Dass der Autor seine Bücher gerne in Bahnhofsbuchhandlungen wiederfinden möchte, spricht für seinen Wunsch, einen der oberen Bestsellerplätze zu erreichen, da gerade diese Geschäfte sich nicht durch ein

---

<sup>466</sup> Auf 500.000 beziffert Tilman Krause die Verkaufszahlen: Tilman Krause: *Gegen die Verlorenheit an sich selbst*, in: *Die Welt* vom 03.04.1999. Von einer Millionenaufgabe schreibt knapp zehn Jahre später Andreas Kilb: *Herr Schlink, ist „Der Vorleser“ schon Geschichte?* In: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 21.02.2009.

<sup>467</sup> Dies ist die gängige Praxis; nahezu alle Verlage verheimlichen der Öffentlichkeit die genauen Verkaufszahlen. Damit sollen wohl negative Auswirkungen auf das Image des Unternehmens verhindert werden, was jedoch paradox ist zur sogenannten Worstsellerliste, die eben vom Diogenes Verlag initiiert wurde und die am schlechtesten verkauften Titel aufführt.

<sup>468</sup> Vgl. Pressedossier des Diogenes Verlag.

<sup>469</sup> Vgl. etwa Bettina von Jagow: *Bernhard Schlink „Der Vorleser“*. *Differenzen der Wahrnehmung von Täter und Opferbewußtsein*, in: dies., Florian Steger (Hrsg.): *Differenzerfahrung und Selbst. Bewußtsein und Wahrnehmung in Literatur und Geschichte des 20. Jahrhunderts*, Heidelberg 2003, S. 245-266, hier S. 245.

<sup>470</sup> Vgl. dazu o. V.: *Geschichte*, in: Homepage von *Diogenes*, URL: <http://www.diogenes.ch/leser/verlag/geschichte> (letzter Zugriff am 17.09.2012).

<sup>471</sup> Vgl. dazu das Interview im Anhang auf S. 288.

üppiges Sortiment, sondern durch ihre Aktualität im Sinne der gegenwärtig am häufigsten nachgefragten Titel auszeichnen.

Doch bis dieses Ziel erreicht war, mussten einige Hürden genommen werden: Schlink fürchtete, dass *Der Vorleser* von *Diogenes* abgelehnt werden würde, ja generell in Deutschland nicht viel Erfolg erzielen würde.<sup>472</sup> Deshalb plante er, den Roman zuerst in den USA erscheinen zu lassen. Der Schriftsteller finanzierte dafür sogar die englische Übersetzung.<sup>473</sup> „Mir war angst vor dem Beifall von der falschen Seite, vor dem Missverständnis, ich wolle die Täter verharmlosen. Zum Glück gab es nur ganz wenige solcher Stimmen“, äußert sich Schlink zu dieser Entscheidung in einem Interview des Jahres 2000.<sup>474</sup> Es ist dem Schriftsteller also wohl bewusst, dass sein Roman missverstanden werden kann, dass – obwohl es offensichtlich nicht die Intention des Autors ist – eine Verharmlosung der Täter mitgelesen werden kann. Schlink änderte sein Vorhaben, den Roman zuerst in den USA erscheinen zu lassen jedoch und veröffentlicht zuerst in Deutschland.

Die Lektorin Ursula Baumhauer, die Bernhard Schlink seit seinem Buch *Der Vorleser* im *Diogenes* Verlag betreut, unterstreicht die Aussage, dass Schlinks Manuskripte kaum nachgebessert werden müssten:

In den Entstehungsprozess seiner Bücher greife ich praktisch kaum ein, seine Texte sind bei Abgabe nahezu makellos, die wenigen stilistischen oder inhaltlichen Vorschläge übernimmt Herr Schlink, wenn sie ihm einleuchten. Ideengeberin für neue Bücher bin ich nicht, Bernhard Schlink liefert uns seine Texte ab, wenn sie fertig sind. Meines Wissens gibt er sie im Entstehungsstadium auch niemandem sonst zu lesen.<sup>475</sup>

Auch betont die Lektorin, Schlinks Stil sei „von geradezu angelsächsischer Knappheit und Eleganz.“<sup>476</sup> Der Bezug auf das Angelsächsische erscheint hier als Qualitätsurteil. Des Weiteren markiert diese Aussage den Schreibstil als schnörkellos und daher besonders gut (also schnell und ohne Verständnisschwierigkeiten) zu lesen. Bewusst gestaltet sich hieraus das Bild eines Autors, der perfekt geschmiedete Texte an seinen Verlag liefert.

Der Text wurde im August 1995 veröffentlicht. Strategisch ist dieser Termin gut gewählt, da die Frankfurter Buchmesse Anfang Oktober zeitlich relativ nahe am Erscheinungstermin liegt, allerdings noch genug Zeit verbleibt, damit erste Rezensionen

---

<sup>472</sup> Volker Hage: *Gewicht der Wahrheit*, in: *Der Spiegel* vom 29.03.1999. Schlink nennt sein Buch „political incorrect“.

<sup>473</sup> Kampa: *Diogenes*, S. 560.

<sup>474</sup> Gunhild Kübler: „Als Deutscher im Ausland wird man gestellt“, in: *Weltwoche* vom 27.01.2000.

<sup>475</sup> Vgl. Interview mit der Lektorin, Anhang S. 291.

<sup>476</sup> Vgl. Interview mit der Lektorin, Anhang S. 292.

gedruckt werden können. Der Verlag verschickte gleichzeitig Leseexemplare an einige Buchhändler, diese schafften es mittels Mundpropaganda, dass die erste Auflage des Buches vollständig vorgemerkt wird.<sup>477</sup> Das Taschenbuch erschien bereits im Februar 1997.

Das Pressedossier des Verlags lobt den Autor, hebt die Erfolge des Romans *Der Vorleser* auch im internationalen Umfeld hervor und nennt die Auszeichnungen für den Schriftsteller. Auch bezeichnet der Verlag Schlink als „juristische[n] Autor“. <sup>478</sup> Ein Zusammenhang zwischen Pressedossier und dem permanenten Rückgriff auf diese Daten in den Rezensionen ist offensichtlich (vgl. dazu auch Abschnitt 2.2.1.3.).

Bis April 2010 wurde der Roman in 47 Sprachen übersetzt. Das Hörbuch (gleichfalls bei *Diogenes* erschienen) wurde erst 2005 veröffentlicht. Die Covergestaltung entspricht der des Buches. Im Zuge der späteren Verfilmung wurden die Bücher mit einem zusätzlichen Halbumschlag ausgestattet, der das Filmplakat zeigte. Dies sollte bei Buchhändlern und Kunden eine Assoziation hervorrufen und zum Kauf anregen.

Dass der Verlag das Manuskript zu einem passenden Zeitpunkt erhielt, was den Erfolg des Romans mit bedingte (und worauf *Diogenes* nur bedingt Einfluss hatte), soll im nächsten Abschnitt gezeigt werden.

#### 2.2.1.2. Timing

*Der Vorleser* fällt mit seiner Thematik in eine Debatte, die bereits Jahre zuvor ihren Ausgangspunkt gefunden hatte. In den 1980er Jahren reihten sich verschiedene kontroverse Ereignisse in der deutschen Politik aneinander, die in Verbindung zum Dritten Reich und den damit verbundenen Auseinandersetzungen um Schuld und Vergangenheitsbewältigung stehen. In diese Debatte fallen unterschiedliche Entwicklungen in der Wahrnehmung von und Positionierung zu den Deutschen im Dritten Reich. Zu nennen ist hier der umstrittene Besuch der Bitburger Soldatengräber Helmut Kohls und Ronald Reagans 1985, da in Bitburg auch Angehörige der Waffen-SS begraben sind.<sup>479</sup> Die Kohl-Ära will des Weiteren „ein positives Geschichtsbild [...] vermitteln und damit eine Normalisierung und Relativierung des Holocaust [...] erreichen“, was zu einer „Entmoralisierung des Sprechens über den Holocaust“ führen

---

<sup>477</sup> Kampa: *Diogenes*, S. 560.

<sup>478</sup> Vgl. Pressedossier des Diogenes Verlag, Bio-Bibliographie.

<sup>479</sup> Vgl. hierzu auch: Cornelia Blasberg: *Geschichte als Palimpsest. Schreiben und Lesen über die „Kinder der Täter“*, in: *Deutsche Vierteljahresschrift für Literaturwissenschaft und Geistesgeschichte*, Heft 2/2002, S. 464-495.

soll.<sup>480</sup> Auch Kohls Argument der „Gnade der späten Geburt“ wird in Schlinks Roman in Frage gestellt, schließlich verstrickt Michael sich ja auch als Nachgeborener in den Netzen der Schuld.

Die Debatte erstreckt sich über mehrere Jahre und verschiedene Gebiete. So wurde etwa in der Literatur das Thema der Aufarbeitung der NS-Vergangenheit unter einem anderen Gesichtspunkt thematisiert. Es erschienen Bücher und Filme, die nicht mehr nur das Leid der Juden zum Thema hatten, sondern die Deutschen selbst als Opfer und damit in einem neuen Licht zeichneten. In den Jahren 1986/87 kam es zum Historikerstreit, der eben jenes Problem und den Opferstatus der Deutschen zum Thema hatte, was von einigen Kritikern wiederum als Verharmlosung des Holocausts aufgefasst wurde.<sup>481</sup> Die Diskussion um die Opferrolle der Deutschen in der NS-Zeit ist somit im Jahr 1995 kein neues Thema, aber ein aktuelles. Als Anlass für diese Beschäftigung mit der Vergangenheit kann außerdem auch der fünfzigste Jahrestag des Kriegsendes sowie die ersten Auswirkungen der deutschen Wiedervereinigung genannt werden. Aus dieser Form der scheinbaren Überwindung der Vergangenheit entsteht die neue Perspektive auf die Deutschen und ihrer Geschichte.

In den Jahren 1995 bis 1999 löste die Wehrmachtsausstellung *Vernichtungskrieg: Verbrechen der Wehrmacht 1941-1944*, eine Wanderausstellung des Hamburger Instituts für Sozialforschung, eine Debatte aus: „The Wehrmacht exhibition dispelled notions that the regular army had fought a clean war that had nothing to do with genocidal activities in the east and made the externalization of responsibility for the Holocaust difficult,“ schreibt Rick Crownshaw.<sup>482</sup> Die Diskussion griff dabei auf verschiedene Gruppen über, so setzten sich einige Politiker, Soldaten und rechtsextreme Gruppierungen, aber auch Historiker, die behaupteten, die Ausstellung zeige nichts Neues, mit dieser Problematik auseinander.<sup>483</sup> Die Medien boten dafür eine geeignete

---

<sup>480</sup> Von Jagow: Bernhard Schlink „Der Vorleser“, S. 249. Sie nennt auch noch die Rede Jennings zum 50. Jahrestag der Reichspogromnacht am 10.11.1988: Sie „könnte als ein vehementer Versuch der Normalisierung des Redens über 'Auschwitz' bezeichnet werden, ist jedoch angesichts des prekären Umgangs mit dem nationalsozialistischen Vokabular, das Jenninger ohne Markierung in seine Rede baut, als missglückt zu bewerten.“ Ebd., S. 250.

<sup>481</sup> Vgl. dazu etwa folgenden Sammelband: Steffen Kailitz (Hrsg.): *Die Gegenwart der Vergangenheit. Der „Historikerstreit“ und die deutsche Geschichtspolitik*, Wiesbaden 2008.

<sup>482</sup> Rick Crownshaw: *Reading Der Vorleser, Remembering the Perpetrator*, in: Stuart Taberner, Karina Berger (Hrsg.): *Germans as Victims in the Literary Fiction of the Berlin Republic*, Rochester 2009, S. 147-161, hier S. 150.

<sup>483</sup> Vgl. zu den Reaktionen auch die Homepage der Ausstellung selbst, o. V.: »*Vernichtungskrieg. Verbrechen der Wehrmacht 1941 bis 1944*«, in: Homepage von *Verbrechen der Wehrmacht*, URL: [http://www.verbrechen-der-wehrmacht.de/docs/archiv/p\\_ausstellung1.htm](http://www.verbrechen-der-wehrmacht.de/docs/archiv/p_ausstellung1.htm) (letzter Zugriff am 18.09.2012). Die von Jan Philipp Reemtsma initiierte Historikerkommission kam dabei zu folgendem Ergebnis: „Am 15. November 2000 präsentierte die Kommission ihre Ergebnisse der Öffentlichkeit. Die Ausstellung enthalte »1. sachliche Fehler, 2. Ungenauigkeiten und Flüchtigkeiten bei der Verwendung des Materials und 3. vor allem durch die Art der Präsentation allzu pauschale und suggestive Aussagen«,

Plattform, was auch dazu führte, dass die breite Bevölkerung involviert wurde und von der Debatte Kenntnis nahm.

Ebenfalls 1995 kam es zu einer weiteren Ausstellung, die einen Perspektivwechsel hin zu den „deutschen Opfern“ unternahm: *Flucht Vertreibung Integration* im Haus der Deutschen Geschichte in Bonn. Außerdem wurde Mitte der neunziger Jahre Verhandlungen über die Entschädigung von Zwangsarbeitern geführt. Im April 1994 begann auch die Diskussion um die Errichtung eines Holocaust-Mahnmals, wozu ein speziell berufener Ausschuss debattierte sowie ein Wettbewerb zur Gestaltung ausgerufen wurde.

All diese Ausstellungen, Diskussionen und Verhandlungen zeigen, wie brisant diese Thematik in einem sozial-politischen Umfeld bereits eingebettet war. Von den gesellschaftlichen und politischen Ereignissen nicht unberührt blieb die Literatur: Zwei weitere Romane erschienen 1995, die eine dem *Vorleser* ähnliche Thematik hatten. Erstens Marcel Beyers Roman *Flughunde*, in dem sich ebenfalls historische Tatsachen mit frei erfundenen Elementen mischen, und zweitens Christoph Ransmayrs *Morbus Kitahara*, der eine alternative Geschichte nach dem Ende des zweiten Weltkriegs zeichnet. Beide Texte greifen vorhandenes, faktisch historisches Material auf und wandeln es durch subjektive Blickwinkel (Helga Goebbels in *Flughunde*, Michael Bergs im *Vorleser*) oder alternativen Entscheidungen (Umsetzung des Morgenthau-Plans bei *Morbus Kitahara*) in eine fiktive Erzählung um.<sup>484</sup>

Ebenfalls werden diverse Zeugnisse und Autobiografien der Opfer veröffentlicht, besonders hervor sticht dabei Ruth Klügers Text *weiter leben: Eine Jugend* (1994), für den sie in den Rezensionen gelobt wurde und in den Folgejahren zahlreiche Preise erhielt. Im Bereich Sachbuch erschienen gleichzeitig diverse Veröffentlichungen zur Thematik der Shoah.<sup>485</sup>

Unter der Vorgabe, als Kind in einem KZ gewesen zu sein, veröffentlichte Benjamin Wilkomirski 1995 bei Suhrkamp seine „Autobiografie“ *Bruchstücke. Aus einer Kindheit 1939-1948*. Wie sich drei Jahre später jedoch herausstellte, war die „Autobiografie“ erfunden, der Verfasser hatte seine Kindheit nicht im KZ verbracht. Das anfänglich

---

es seien jedoch »keine Fälschungen im Sinne der leitenden Fragestellungen und Thesen« festzustellen. Die Kommission empfahl »die Ausstellung in einer gründlich überarbeiteten, ggf. auch neu zu gestaltenden Form weiter zu präsentieren«.

<sup>484</sup> Bereits 1992 erschien der Roman *Fatherland* (dt. *Vaterland*, 1994) von Robert Harris, der einen Sieg Hitlers und die daraus entstehende Zukunft beschreibt. Der Trend, historische Tatsachen als Basis eines Romans zu verwenden, diese dann aber zu ändern, zeichnete sich schon im Vorfeld ab.

<sup>485</sup> Exemplarisch genannt werden hier: Daniel Jonah Goldhagen: *Hitlers willige Vollstrecker. Ganz gewöhnliche Deutsche und der Holocaust*, München 1996; Götz Aly: *Endlösung, Völkerverschiebung und der Mord an den europäischen Juden*, Frankfurt am Main 1995; Max Domarus: *Hitler: Reden und Proklamationen. 1932-1945*, München 1995.

euphorisch aufgenommene Buch wurde anschließend als Geschichtsfälschung deklariert, was wiederum eine Diskussion in den Feuilletons auslöste.

*Schindlers Liste* (1994) war einer der entscheidenden Beweggründe für den Perspektivwechsel, beschäftigte er sich doch mit historischen Tatsachen, was ihn scheinbar als authentisches Zeugnis legitimierte. Zeitgleich verkaufte sich das Buch *Schindler's List* von Thomas Keneally sehr erfolgreich.<sup>486</sup> Bezeichnenderweise verweist Schlink im Roman *Der Vorleser* selbst auf den Film und nennt als weitere die Fernsehserie „Holocaust“ sowie den Spielfilm „Sophies Wahl“.<sup>487</sup>

Der Holocaust und das NS-Regime waren also in diversen Kontexten permanent präsent, wie auch Klaus Schenk feststellt: „Der Holocaust ist zum Gegenstand einer Kulturindustrie geworden, wie sie sich besonders als historisches Simulationsbedürfnis einer späten Generation in den 1990er Jahren erweist.“<sup>488</sup> Im Zuge dieses Trends kann auch Schlinks Text eingeordnet werden.<sup>489</sup> Vor allem die Verschiebung vom Täter zum Opfer und die Inschutznahme der Täter (hierbei auch noch verstärkt durch Michaels spekulative Gedanken, Hanna habe im KZ die schwächsten Mädchen ausgewählt, um ihnen die letzten Lebenstage zu erleichtern)<sup>490</sup> wiederholen sich im Roman. *Der Vorleser* beschäftigt sich ebenfalls mit „dem Schweigen nach 1945, damit verbunden der Konvergenz von Opfern und Tätern, die Frage nach dem Stellenwert der Erinnerung, und nicht zuletzt dem Verhältnis der Nachgeborenen zu diesen Themenkomplexen.“<sup>491</sup> Dabei steht Michael im Konflikt mit der Vergangenheit, da er zu Hanna eine Liebesbeziehung pflegt, ohne ihre Vergangenheit zu hinterfragen. Das Buch darf daher auch nicht primär als 'Holocaust-Buch' gelesen werden, vielmehr hat es das Thema der Aufarbeitung zum Gegenstand.

Der Markteintritt mit dem Buch *Der Vorleser* wurde zu einem sehr geeigneten Zeitpunkt wahrgenommen. Ein paar Jahre zuvor wäre der Text womöglich als zu positiv

---

<sup>486</sup> Vgl. hierzu auch Bill Niven: *Facing the Nazi Past. United Germany and the Legacy of the Third Reich*, London, New York 2002, S. xix: „Over one million copies of the book by Thomas Keneally on which the film is based sell in March and April [1994, S. B.] alone.“

<sup>487</sup> Schlink: *Der Vorleser*, S. 142.

<sup>488</sup> Klaus Schenk: *Bernhard Schlink. Der Vorleser. Schullektüre als „Holo-Kitsch“?* In: Werner Wintersteiner: *Literarische Neuerscheinungen*, Heft 1-2003, 27. Jahrgang (ide Informationen zur Deutschdidaktik. Zeitschrift für den Deutschunterricht in Wissenschaft und Schule), S. 38-44, hier S. 43.

<sup>489</sup> Vgl. hierzu auch Stuart Taberner: *Introduction*, in: ders. (Hrsg.): *Bernhard Schlink: Der Vorleser. Textverständnis und Grammatik* by Kathrin Schödel, London 2002, S. 7-40, hier S. 11: „In a way *Schindler's List* may have prepared the way for *Der Vorleser*. Schlink's book found an international audience that was aware of the Holocaust, tended to 'universalise' it [...], and was accustomed to the depiction of the Holocaust in popular culture.“

<sup>490</sup> Vgl. Schlink: *Der Vorleser*, S. 113 und S. 128.

<sup>491</sup> Carlotta von Maltzan: „Die Angst davor, daß es rauskommt.“ *Über das Schweigen von Opfern und Tätern bei Katja Behrens und Bernhard Schlink*, in: Pól O'Dochartaigh (Hrsg.): *Jews in German Literature since 1945: German-Jewish Literature?* Amsterdam, Atlanta 2000, S. 463-476, hier S. 464.

in Bezug auf die Schilderung der Tätergeneration aufgenommen worden, wahrscheinlich hätte der Verlag ihn nicht veröffentlicht. Auch zu einem späteren Veröffentlichungstermin wäre dem Roman wohl nicht so viel Aufmerksamkeit von Medienseite aus zugekommen. Der Zeitgeist war ein entscheidender Faktor bei der Generierung des Bestsellers.

#### 2.2.1.3. Die Medien

Autor und Verlag haben also die gesellschaftspolitischen Zeichen der Zeit erkannt; damit der Roman sich aber gut verkauft, müssen noch weitere Maßnahmen ergriffen werden. Hierbei unterstützen vor allem die Medien als Dispensatoren die Verbreitung und Bekanntheit von Text und Autor. Für den *Vorleser* können drei Phasen der Rezensionen verzeichnet werden. Die erste besteht aus einer euphorischen Aufnahme des Romans. Die zweite Welle der Kritik über sieben Jahre nach dem Erscheinen der Erstausgabe kulminierte in einem wiederholten Verkaufserfolg: Im Zusammenhang mit dem Erscheinen des Erzählbandes *Liebesfluchten* kommt es zur Entrüstung über den Umgang mit der Vergangenheit und der Darstellung der Täter als Opfer. Vor allem Jeremy Adlers Reaktion im *Times Literary Supplement* ist als entscheidender Wendepunkt zu verzeichnen, wie noch in Kapitel 2.2.2.1. geklärt wird. Die dritte Phase des Erfolges ist der Verfilmung mit Starbesetzung geschuldet, die den *Vorleser* wieder an die Spitze der Bestsellerliste brachte. Auch wurde fortan stets auf den Erfolg des Buches zurückgegriffen, unabhängig davon, ob die Rezension von einem weiteren Werk Schlinks handelte, oder zu der Verfilmung veröffentlicht wurde. Sogar die bloße Nennung des Verfassernamens evoziert die Anführung des Erfolgsbuchs. Der Bestseller überblendet somit das übrige Werk, Schlink und *Der Vorleser* sind unabdingbar miteinander verbunden. Es kann geradezu von einer Reduktion des Werks auf diesen einzelnen Titel gesprochen werden.

Im folgenden Abschnitt wird eine Analyse der Aufnahme des *Vorlesers* in den Printmedien und weiteren Medien (Fernsehen, Rundfunk, Internet) vorgenommen. Speziell auf die Darstellung von Text und Autor soll hierbei eingegangen werden.

Überwiegend positiv wurde der Roman nach seiner Veröffentlichung in Deutschland aufgenommen. Dies überraschte den Autor selbst, sah er den *Vorleser* doch als „politisch inkorrekt“ an und war dahingehend auf negative Kritiken eingestellt.<sup>492</sup> Zu einer Diskussion darüber kam es erst sieben Jahre nach der Veröffentlichung des

---

<sup>492</sup> Manfred Heigenmoser: *Erläuterungen und Dokumente. Bernhard Schlink: Der Vorleser*, Stuttgart 2005, S. 98.



Romans: Als der Erzählband *Liebesfluchten* 2002 in Großbritannien auf den Buchmarkt kam, entstand eine auf den *Vorleser* zurückgreifende Debatte (siehe dazu auch Abschnitt 2.2.2.1.).<sup>493</sup>

Für die vorliegende Arbeit wurden über 30 Rezensionen aus deutschsprachigen Zeitungen miteinbezogen. Diese reichen von der ersten Besprechung Anfang September 1995 bis zum Jahr 2010. Es folgt hier keine Einzelanalyse der Besprechungen, soll dieser Teil doch die These unterstützen, dass unter anderem aufgrund der Quantität der Rezensionen der Roman zum Bestseller wurde. Da bei diesen Kritiken einige Elemente ausgemacht werden können, die in gleicher oder ähnlicher Form immer wieder auftreten, werden nur diese analysiert und auf ihre Bedeutung für den Erfolg hin durchleuchtet.

Als erstes ist hier eine Nacherzählung der Handlung zu nennen. Die Zusammenfassung wesentlicher Elemente eines Romans dient dazu, dem Leser ein Bild des Inhalts zu vermitteln und sein Interesse an der erzählten Geschichte zu wecken. Dabei wird im Fall des *Vorlesers* an dem chronologischen Erzählmuster Michael Bergs festgehalten. Von dieser Gestaltung der Rezension gibt es nur eine Ausnahme: Peter Michalzik beginnt in seiner Rezension, erschienen in der *tageszeitung*, mit Hannas Eintritt in die SS 1944.<sup>494</sup> Damit legt er seinen Fokus auf die NS-Vergangenheit und auf die Hanna-Figur; die Schuldverstrickungen Michaels und die im Roman thematisierten Unzulänglichkeiten der Aufarbeitung der 1968er Generation spielen keine Rolle.

Obwohl die Buchbesprechungen eigentlich auch die Lust auf die Lektüre wecken sollten (zumindest wenn sie eine positive Wertung abgeben), verraten zahlreiche Rezensenten den Suizid der Protagonistin am Schluss des Romans sowie Hannas NS-Vergangenheit und ihren Analphabetismus. Das eigentlich Spannende an der Lektüre (der Roman wird des Öfteren in das Kriminalgenre eingeordnet) wird dem Leser der Rezensionen bereits offenbart. Auch Klingenmaier nimmt das Ende vorweg, macht daran sogar die Qualitäten des Verfassers fest:

Der Takt mit dem er diese Szene schildert, der Ton zwischen Bitterkeit und Müdigkeit, mit dem die Überlebende die Absolution verweigert, die Ambivalenz, mit der sie eine Teedose aus dem Besitz der Hanna entgegennimmt, was eine kleine Geste der Anerkennung, aber auch eine der grimmigen Erinnerung an die ausgelöschten Leben und geraubten Jahre sein kann, weisen Schlink als großen Erzähler aus.<sup>495</sup>

---

<sup>493</sup> Vgl. Heigenmoser: *Erläuterungen und Dokumente*, S. 124.

<sup>494</sup> Peter Michalzik: *Der Mensch als Monster*, in: *Die Tageszeitung* vom 09./10.12.1995.

<sup>495</sup> Thomas Klingenmaier: *Eine Liebe in Deutschland*, in: *Stuttgarter Zeitung* vom 22.12.1995.

Die Lektüre des Romans kann somit nicht mehr primär dadurch motiviert sein, dass Hannas Geheimnis allmählich gelüftet wird. Die Verwebungen der unterschiedlichen Thematiken (Liebesbeziehung zu einem Minderjährigen, NS-Vergangenheit, Analphabetismus und Suizid) müssen offensichtlich genannt werden, um das Interesse des Lesers zu wecken. Sie unterstützen dabei aber auch die Aufmerksamkeit, die der Rezension selbst entgegengebracht werden soll, denn ohne Nennung dieser Elemente erschiene die Kritik womöglich langweilig oder nichtssagend.

Peter Mosler gibt in seiner Besprechung an, nicht zu viel verraten zu wollen, berichtet dann aber doch von Hannas Vergangenheit und ihrem Analphabetismus. Einzig das Ende des *Vorlesers* unterschlägt er.<sup>496</sup> In einer späteren Rezension – abgedruckt 2002 in der *Süddeutschen Zeitung* – will Lawrence Norfolk das Ende des Buches nicht verraten (obwohl es bereits seit sieben Jahren auf dem deutschen Buchmarkt erhältlich ist).<sup>497</sup> Diese beiden Beispiele zeigen, dass der Schluss des Romans als spannendstes Element gewertet wird.

Einige Rezensionen erwähnen den Altersunterschied der beiden Protagonisten, was offensichtlich einem Tabubruch gleichkommt, obwohl dies nicht explizit genannt wird.<sup>498</sup> Tatsächlich ist der Altersunterschied zwischen Geschlechtspartnern in der Literatur kein Tabu mehr, verwiesen sei hier exemplarisch auf Vladimir Nabokovs *Lolita* (1955). Jedoch sorgten die Gegebenheiten, dass die Frau die ältere Sexualpartnerin und dass Michael noch ein Minderjähriger ist, für Diskussionsstoff, dies aber vornehmlich in den USA. Wichtig ist dieser Aspekt jedoch auch für andere Analysen und Auseinandersetzungen mit dem Roman, denn diese Tatsache kann durchaus als Zeichen für Hannas mangelndes Rechts- und Unrechtsgefühl verstanden werden. Jedoch gehen darauf die Kritiker nicht ein. Die Zusammenfassungen des Inhalts bilden den größten Teil in den Buchbesprechungen. Quantitativ überwiegt die bloße Nacherzählung die Bewertung des Buches bei Weitem.

Nicht nur bezüglich des Inhalts, sondern auch hinsichtlich des Stils und der Schreibweise Schlinks wurden häufig sehr ähnliche Aussagen in den Rezensionen gemacht. Jedoch fallen diese Bewertungen meist recht knapp aus, teilweise gehen die Rezensenten in lediglich einem Satz darauf ein. Werner Fuld befindet etwa, dass

---

<sup>496</sup> Peter Mosler: *Ein Generationen-Vorfall*, in: *Frankfurter Rundschau* vom 06.01.1996.

<sup>497</sup> Lawrence Norfolk: *Die Sehnsucht nach einer ungeschehenen Geschichte*, in: *Süddeutsche Zeitung* vom 27./28.04.2002.

<sup>498</sup> Vgl. Marion Löhndorf: *Die Banalität des Bösen. Bernhard Schlinks Roman „Der Vorleser“*, in: *Neue Züricher Zeitung* vom 28.10.1995. Gleich zu Beginn schreibt Löhndorf: „eine Frau, die seine Mutter sein könnte“ und weiter „dem Nachgeborenen, der ihr Sohn sein könnte“.

Schlink „wirklich erzählen kann“, erläutert aber nicht näher, was er damit meint.<sup>499</sup> Weiter vergleicht er den Vorleser mit „eine[m] ungewöhnlich klug und sensibel geschriebenen Krimi“.<sup>500</sup> Die „kriminalistische Erzählmethode“ Schlinks wird immer wieder gelobt; ebenso die „Präzision und Anschaulichkeit“.<sup>501</sup> Die Bewertung des Stils als „simpel“ kann als positiv angesehen werden, schließlich verweisen die Rezensenten meist auch auf die Einfachheit und Klarheit eines angelsächsischen Stils.<sup>502</sup> Auch Klingenmaier lobt Schlinks Schreibweise:

Schlinks einfacher, knapper, unpathetischer Stil ist vor allem angelsächsischen Lesern vertraut. Hier ist nicht der brütende, verwirbelte, sich in labyrinthischen Gedankengängen und Satzstollen eher verbergende als offenbarende Teutone zugange, hier schreibt einer in der lakonischen Tradition der Amerikaner.<sup>503</sup>

Die deutsche Gegenwartsliteratur wird durch diesen Einfluss leichter lesbar und zugänglicher für Rezensenten und Leser. Tatsächlich verwendet Schlink kaum Adjektive, schreibt überwiegend hypotaktisch und greift allgemein selten auf literarische Stilmittel zurück. Es gibt kaum Pro- und Analepsen, keine Metaphern und generell keine stilistischen Besonderheiten. Diesen knappen Stil führt Thomas Wirtz auf Schlinks Beruf als Jurist zurück, der sich stets nur für die Details einer Gegebenheit interessiert, also um die Subsumtion, „die das zufällig Besondere einem bewertbaren Allgemeinen beordnet.“<sup>504</sup>

Rainer Moritz beginnt seine Rezension mit den Worten: „Wo anfangen? Wie von einem Buch berichten, das in scheinbarer Schlichtheit, ja Unbeholfenheit von einer ungeheuerlichen Liebe erzählt und zugleich die „Lebenslügen“ von Generationen blosslegt?“<sup>505</sup> Zu dieser Unbeholfenheit tritt später dann eine „schnörkellose, unerbittliche Wahrhaftigkeit“, die sich dem Leser in einfachen Sätzen offenbare.<sup>506</sup> Das heißt, Moritz parallelisiert Stil und Aussagekraft des Romans (beides schlicht und dadurch stark). In anderen Rezensionen wird ein ähnlicher Zusammenhang hergestellt: Schlinks scheinbar taktvolles Herantasten an die Problematiken der Liebesbeziehungen einerseits und der Vergangenheitsschuld andererseits münden in einen „bedächtige[n],

---

<sup>499</sup> Werner Fuld: *Drama eines zerstörten Lebens*, in: *Focus* vom 30.09.1995.

<sup>500</sup> Fuld: *Drama eines zerstörten Lebens*.

<sup>501</sup> Fuld: *Drama eines zerstörten Lebens*.

<sup>502</sup> Vgl. hierzu etwa Löhndorf: *Die Banalität des Bösen*.

<sup>503</sup> Thomas Klingenmaier: *Ratloser Deutscher*, in: *Stuttgarter Zeitung* vom 31.03.1999.

<sup>504</sup> Thomas Wirtz: *Immer nur lebenslänglich*, in: Homepage von *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, URL: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/buecher/rezensionen/belletristik/rezension-belletristik-immer-nur-lebenslaenglich-110380.html> (letzter Zugriff am 18.09.2012).

<sup>505</sup> Rainer Moritz: *Die Liebe zur Aufseherin*, in: *Die Weltwoche* vom 23.11.1995.

<sup>506</sup> Moritz: *Die Liebe zur Aufseherin*.

behutsame[n], spröde[n] Roman“.<sup>507</sup> Dahingegen sehen Volker Hage und Martin Doerry in Schlinks Erzählweise keinerlei Unbeholfenheit, sie nennen es einen „erstaunlich souveränen Erzählton“.<sup>508</sup> Peter Mosler kritisiert dagegen Schlinks Stil: Die „Stärke liegt weniger in der Sprache als im Plot.“<sup>509</sup> Ähnlich äußert sich auch Gustav Seibt: „Die jubelnde Kritik, geblendet vom frappierenden stofflichen Reiz des Buches, überschätzte jedoch seine stilistischen Qualitäten.“<sup>510</sup> Auch David Deißner sieht die eigentliche Größe des Romans in seiner Handlung.<sup>511</sup>

Die schlichte Sprache ermöglicht es zwar, die Handlung eindringlicher zu schildern und diese in den Vordergrund zu rücken, zugleich findet aber nicht jeder Rezensent an ihr Gefallen. Das bestätigt die Annahme, dass die Sprache und der Stil weit hinter den Inhalt und die Geschehnisse rücken, sowohl im Roman selbst, als auch bei der Bewertung in den Rezensionen. Eben die gelobte Schlichtheit des Stils, die „einfühlsame und transparente Sprache“<sup>512</sup> animieren den Leser zur Lektüre.<sup>513</sup> Hinzu kommt auch der Umfang des Romans sowie der einzelnen Kapitel. Diese Attribute unterstützen das in Abschnitt 1.6. beschriebene neue Leseverhalten der Rezipienten.

Interessanterweise finden sich in einigen Rezensionen Parallelisierungen zwischen dem Erzähler Michael Berg und dem Autor Bernhard Schlink. Tilman Krause zieht eine Verbindung zwischen Schlinks Außenseitertum in der Literatur – da er ja hauptberuflich Jurist ist – und Michael Bergs Außenseitertum in der 1968er-Bewegung. Weiter nennt er den Protagonisten gar „Schlinks alter ego“.<sup>514</sup> Ebenso meint Rainer Moritz „eine offenkundig autobiographisch grundierte Figur“ in Michael Berg zu erkennen. Werner Fuld glaubt, der

Leser [sei] auch sofort verführt, die Geschichte sogar für authentisch zu halten, zumal es Parallelen in der Biografie des Autors und seines Erzählers gibt. „Man kann zwar nur über das schreiben, was man kennt“, sagt Schlink, „aber nichts kann man so beschreiben, wie es war.“<sup>515</sup>

<sup>507</sup> Thomas Klingensmaier: *Eine Liebe in Deutschland*. Ähnlich äußert sich Klingensmaier auch in einer späteren Rezension: Ein „kurzer, nüchtern geschriebener und doch höchst packender Roman“ sei *Der Vorleser*. Thomas Klingensmaier: *Die Liebe zu den Schuldigen*, in: *Stuttgarter Zeitung* vom 26.02.2009.

<sup>508</sup> Martin Doerry, Volker Hage: „*Ich lebe in Geschichten*“, in: *Der Spiegel* vom 24.01.2000.

<sup>509</sup> Mosler: *Ein Generationen-Vorfall*.

<sup>510</sup> Gustav Seibt: *Weich im Abgang*, in: Homepage von *Die Zeit*, URL: [http://www.zeit.de/2001/40/200140\\_1-schlink.xml](http://www.zeit.de/2001/40/200140_1-schlink.xml) (letzter Zugriff am 17.09.2012).

<sup>511</sup> David Deißner, Thomas Lindemann: *Ist „Der Vorleser“ ein großer Roman?* In: *Welt am Sonntag* vom 07.10.2007.

<sup>512</sup> Michael Stolleis: *Die Schaffnerin*, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 09.09.1995.

<sup>513</sup> Krause nennt den Roman gar „Genuß gewährend erzählt“. Vgl. Tilman Krause: *Keine Elternaustreibung*, in: *Der Tagesspiegel* vom 03.09.1995.

<sup>514</sup> Krause: *Keine Elternaustreibung*.

<sup>515</sup> Fuld: *Drama eines zerstörten Lebens*.

Die Aussage des Autors dient ihm dafür als Beleg. Deutlich wird, dass es sich hierbei um die Suche nach Authentizität handelt; nicht nur Rezensenten, auch Leser fragten und fragen Schlink nach dem Wahrheitsgehalt und dem autobiografischen Bezug der Geschichte. Der Aspekt der Wahrheit verleihe dem Text eine stärkere Brisanz – genau diesen Punkt nutzt der Autor aus, äußerte er sich doch bisher nie ausdrücklich dazu. In einem Interview mit der *Frankfurter Rundschau* zielt gleich die erste Frage auf das Autobiografische in Schlinks Texten und seine uneindeutigen Antworten darauf. Der Autor bleibt auch hier vage: „In den *Vorleser* zum Beispiel mischt sich Autobiographisches, Phantasiertes, Gehörtes und Gesehenes, ohne dass ich es im Einzelnen erklären könnte oder wollte.“<sup>516</sup> Bedeutend daran ist nicht nur, dass Schlink dieses Geheimnis um den Wahrheitsgehalt aufbaut, sondern dass die Presse immer wieder darauf zurückgreift. Die Leser des Interviews interessieren sich für die autobiografischen Elemente im Roman, daher wollen sie auch gerne eine Antwort auf diese Frage in einem Interview oder Bericht lesen. Weil es aber nie zu einer eindeutigen Aussage kommt, kann die Frage immer wieder gestellt werden, das Geheimnis darum wird immer bekannter und dadurch scheinbar auch interessanter.

Im Zusammenhang mit der Parallelisierung zwischen Erzähler und Hauptfigur ist der nächste Punkt zu sehen: In beinahe allen Rezensionen werden biografische Elemente aus dem Leben Bernhard Schlinks genannt. Besonders häufig werden Geburtsort und Geburtsjahr erwähnt,<sup>517</sup> wobei letzteres von immanenter Bedeutung für die Interpretation zu sein scheint: Im Jahr 1944 geboren, zählt Schlink zur Generation der sogenannten „Nachgeborenen“, er selbst hat im juristischen Sinn also keine Schuld an den Verbrechen der NS-Zeit. Diese Tatsache spricht nach Meinung der Rezensenten dem Autor das Recht zu, über die Vergangenheit aus Sicht eines Nachgeborenen zu schreiben.

Hin und wieder gehen die Rezensenten auch auf Schlinks Eltern ein, erwähnen gar den Beruf des Vaters (Theologe) und die moralische Erziehung durch die Mutter.<sup>518</sup> Sogar dass der Autor geschieden ist und einen Sohn hat, ist in einigen Rezensionen zu

---

<sup>516</sup> Jörn Jacob Rohwer: „*Ich kann auch sehr fröhlich sein*“, in: *Frankfurter Rundschau* vom 06.10.2001.

<sup>517</sup> Vgl. beispielsweise Fuld: *Drama eines zerstörten Lebens*; Klingenmaier: *Eine Liebe in Deutschland*; Kübler: „*Als Deutscher im Ausland wird man gestellt*“.

<sup>518</sup> Petra Kammann: *Der Erzähler. Ein Interview mit Bernhard Schlink*, in: Homepage von *Buchjournal*, URL: <http://buchjournal.buchhandel.de/sixcms/detail.php?id=12406> (letzter Zugriff am 07.12.2010); Kübler: „*Als Deutscher im Ausland wird man gestellt*“; Rohwer: „*Ich kann auch sehr fröhlich sein*“. Auch seiner religiösen Erziehung wegen wird Schlink zu einem „Ostergespräch“ befragt, vgl. Claudia Keller, Axel Vornbäumen: „*Paradies, Hölle – ich tue mich schwer damit*“, in: Homepage von *Der Tagesspiegel*, URL: [www.tagesspiegel.de/zeitung/paradies-hoelle-ich-tue-mich-schwer-damit/702884.html](http://www.tagesspiegel.de/zeitung/paradies-hoelle-ich-tue-mich-schwer-damit/702884.html) (letzter Zugriff am 14.09.2012).

lesen.<sup>519</sup> Durch diese Angaben soll das Bild des Schriftstellers als Mensch hervorgehoben werden. Auch stehen diese Hintergründe für die Erfahrungen der Person Schlink, die er in seine Texte einwebt. Verwiesen sei hier auf die Parallelisierung von Schlinks Vater und Bergs Vater in der Forschungsliteratur (siehe Abschnitt 2.2.1.7.). Ebenso oft werden auch die beiden Tätigkeitsfelder Schlinks als Jurist und Schriftsteller angebracht. Stets schwingt dabei ein Ton der Ver- oder Bewunderung mit. Mosler wählt die beiden Berufsbezeichnungen sogar als Untertitel.<sup>520</sup> Meist wird die Schriftstellerei allerdings als Nebenberuf angesehen; hin und wieder wird aber auch von einer Doppelbegabung geschrieben.<sup>521</sup> Krause verwendet den Begriff des „literarischen Handwerker[s]“ zur Beschreibung.<sup>522</sup> In zahlreichen Rezensionen ist auch von Schlinks Lehrstuhl zu lesen.<sup>523</sup> Andreas Kilb versucht in seinem Artikel die Atmosphäre der Universität und des Professorenzimmers Schlinks wiederzugeben.<sup>524</sup> Die Verbindung des Akademischen mit Bescheidenheit (Schlinks Zimmer wird als recht beengt dargestellt) soll das Image des Schriftstellers untermauern. Hierzu gehören auch die bereits oben erwähnte Erziehung und die Kindheit in einem religiös geprägten Elternhaus. Mit Religion und Jura als persönlichem Hintergrund verfestigt sich das Bild der Rechtschaffenheit und Gerechtigkeit im moralischen und juristischen Sinne, das der Autor in seinen Romanen entwirft. Das heißt, Schlinks Biografie scheint mit dem Text verwoben. Auch folgender Ausschnitt aus einer Rezension bestätigt diese Annahme: Schlink

repräsentiert das, was der bedeutende elsässische Germanist Robert Minder einmal als den "eingebundenen Dichter" bezeichnet hat. Damit ist ein Autor gemeint, der in das große soziale Ganze der Gesellschaft, in der er lebt und in der er wirken will, eingebunden ist, der Funktionen darin erfüllt, auch Verantwortung übernommen hat, kurz, der nicht daneben steht oder darüber, sondern mittendrin.<sup>525</sup>

<sup>519</sup> Vgl. beispielsweise esch: *In beiden Welten daheim: Bernhard Schlink – der Romancier als Pressevertreter*, in: Homepage von *Der Tagesspiegel*, URL: [www.tagesspiegel.de/berlin/in-beiden-welten-daheim-bernhard-schlink-der-romancier-als-pressevertreter/125354.html](http://www.tagesspiegel.de/berlin/in-beiden-welten-daheim-bernhard-schlink-der-romancier-als-pressevertreter/125354.html) (letzter Zugriff am 12.09.2012).

<sup>520</sup> Der Roman stamme „aus der Feder des Krimiautors und Rechtsprofessors Bernhard Schlink“; siehe Mosler: *Ein Generationen-Vorfall*.

<sup>521</sup> Als Nebenberuf sehen die Schriftstellerei Krause: *Keine Elternaustreibung*; Moritz: *Die Liebe zur Aufseherin*.

<sup>522</sup> Krause: *Keine Elternaustreibung*. Von einem „Doppelleben“ spricht Kammann: *Der Erzähler*.

<sup>523</sup> Vgl. beispielsweise Doermy, Hage: *„Ich lebe in Geschichten“*.

<sup>524</sup> Kilb: *Herr Schlink, ist „Der Vorleser“ schon Geschichte?*

<sup>525</sup> Tilman Krause: *Bernhard Schlink: Ein Schriftsteller, der nicht im Elfenbeinturm haust*, in: *Die Welt* vom 10.11.1999, auch in: Homepage von *Die Welt*, URL: [http://www.welt.de/print-welt/article589885/Bernhard\\_Schlink\\_Ein\\_Schriftsteller\\_der\\_nicht\\_im\\_Elfenbeinturm\\_haust.html](http://www.welt.de/print-welt/article589885/Bernhard_Schlink_Ein_Schriftsteller_der_nicht_im_Elfenbeinturm_haust.html) (letzter Zugriff am 14.09.2012).

Diese Verantwortung zieht Schlink aus seinem persönlichen sowie beruflichen Werdegang und überträgt sie auf die Literatur. Die *Welt am Sonntag* druckt neben dem Artikel drei separate Spalten ab, die Schlink als Person, Jurist beziehungsweise als Autor zum Thema haben.<sup>526</sup> Vor allem in den Interviews wird sehr stark auf die biografischen Hintergründe Schlinks fokussiert. Zwar wird häufig das Erscheinen eines neuen Buchs zum Gesprächsanlass genommen, die Fragen widmen sich aber überwiegend dem Persönlichen. Exemplarisch sei hierfür das Interview durch Petra Kammann genannt.<sup>527</sup> Werner Fuld widmet Schlinks beruflichem Werdegang einen ganzen Paragraphen in seiner Rezension:

Bekannt war Schlink jedoch bisher nicht nur bei den Freunden seines nachdenklichen Privatdetektivs Gerhard Selb, sondern vor allem als hochrangiger Jurist. Seit 1990 lehrt er an der Berliner Humboldt-Universität Staatsrecht und Öffentliches Recht; er ist Mitglied des Verfassungsgerichts von Nordrhein-Westfalen, und seine Fachpublikationen, darunter die „Grundrechte“ in der mittlerweile achten Auflage, sind allseits anerkannte Standardwerke. Im Verfahren um den Abtreibungsparagraphen 218 vertrat Schlink die Position der SPD-regierten Länder vor dem Bundesverfassungsgericht.<sup>528</sup>

Insgesamt ist ersichtlich, dass versucht wird, eine Autoritätsperson zu beschreiben. Auch dies wird gemeinsam mit dem Geburtsjahr als Interpretations- und Wertungsgrundlage genutzt. Die Ausbildung zum Juristen sowie seine berufliche Laufbahn geben Schlink – so die Rezensenten – einen professionellen Hintergrund, der es dem Autor ermöglicht, auf die Schuldthematik von einem anderen Blickwinkel aus einzugehen. Genau dieser Ansatz mag auch dazu beigetragen haben, dass der Roman zuerst nicht kritisch aufgenommen wurde, dass die problematische Darstellung der Täterin Hanna nicht in Frage gestellt wurde. Schlink schien eben gerade durch seine Biografie und besonders wegen seines Berufs dazu befähigt, die Täter auch als Opfer darstellen zu können. In einem Artikel schreibt Volker Hage wegen der Debatte um die Verharmlosung der Täter: „Als ob Schlink, 57, der neben seiner literarischen Tätigkeit als Jura-Professor und Verfassungsrichter arbeitet, nicht genau wüsste, dass der Schriftsteller jeweils nur den Einzelfall verhandeln kann.“<sup>529</sup> Das heißt, die Lesart, Hanna auch als Opfer zu sehen, wird aus Schlinks Berufsfeld heraus legitimiert.

---

<sup>526</sup> Deißner, Lindemann: *Ist „Der Vorleser“ ein großer Roman?*

<sup>527</sup> Kammann: *Der Erzähler*.

<sup>528</sup> Fuld: *Drama eines zerstörten Lebens*.

<sup>529</sup> Volker Hage: *Autoren unter Generalverdacht*, in: *Der Spiegel* vom 09.04.2002.

Ähnliche Aussagen finden sich in den Rezensionen auch, was die positive Bewertung des *Vorlesers* angeht. Von der Bewertung als ein „beeindruckender Roman“<sup>530</sup> über ein „blendend erzählte[s] Buch“<sup>531</sup> bis zum „Überraschungscoup“<sup>532</sup> reicht das Lob. Exemplarisch wird hier die positive Meinung von Krause zitiert, dessen Lob von der Sprache über den Inhalt bis hin zum Leseffekt reicht:

Auch der jetzt preisgekürte Roman "Der Vorleser" ist ein Buch, das neben aller sprachlichen Meisterschaft als Verständigungsbeitrag für aktuelle Fragen gedacht ist, Fragen allerdings, die mit reinen Meinungsäußerungen nicht zu beantworten sind, Fragen, die sich in Geschichten spiegeln lassen, in Geschichten, die gleichnishaften Charakter tragen, die über sich hinausweisen, die den Leser dazu verführen, darüber nachzudenken, was deutsche Identität nach dem Holocaust sein kann, welchen Stellenwert die 68er-Kulturrevolution für unser Selbstverständnis hat, in welcher Form wir noch immer an die nationalsozialistische Vergangenheit gebunden sind.<sup>533</sup>

Klingenmaier lobt die „Ungeheuerlichkeit“ des Erzählten.<sup>534</sup> In der *Welt am Sonntag* wird im *Vorleser* der Beweis gesehen, „dass Schreiben nach Auschwitz publikumstauglich (!) gelingen kann.“<sup>535</sup> Und mit dem Verdikt „kein Kitsch, nirgends!“<sup>536</sup> unterstützt Deißner weiter die Lesart, dass die zurückliegenden Vorwürfe der Geschichtsfälschung oder -verdrehung haltlos seien. Die Kritik an der Art und Weise der Vergangenheitsbewältigung der 1968er wird dabei genauso positiv aufgenommen. Mosler nennt es gar die „Entdeckung der Grauzonen“, da der Roman nicht nur mit Schwarz-Weiß-Zeichnungen arbeitet.<sup>537</sup> Moritz lobt die Erzählkunst ohne Political Correctness und bewundert Schlinks „bestechende[...] Aufrichtigkeit“. <sup>538</sup> Löhndorf nennt die Herangehensweise an die Vergangenheitsbewältigung beeindruckend und nachhaltig.<sup>539</sup> Die Lesart im überwiegenden Teil der Rezensionen findet also nichts Problematisches an der Thematik oder Darstellung. Im Gegenteil scheint es fast so, als freuen sich die Rezensenten über diesen neuen Blickwinkel, was auch Krauses Aussage bestätigt, es sei ein „mutiges Buch“ mit „Seltenheitswert“. <sup>540</sup> Diese Reaktion ist wiederum im Zusammenhang mit der bereits oben angeschnittenen Darstellung von Schlinks Persönlichkeit und Berufsleben zu sehen.

---

<sup>530</sup> Seibt: *Weich im Abgang*.

<sup>531</sup> Hage: *Gewicht der Wahrheit*.

<sup>532</sup> Fuld: *Drama eines zerstörten Lebens*.

<sup>533</sup> Krause: *Bernhard Schlink: Ein Schriftsteller, der nicht im Elfenbeinturm haust*.

<sup>534</sup> Klingenmaier: *Die Liebe zu den Schuldigen*.

<sup>535</sup> Deißner, Lindemann: *Ist „Der Vorleser“ ein großer Roman?*

<sup>536</sup> Deißner, Lindemann: *Ist „Der Vorleser“ ein großer Roman?*

<sup>537</sup> Mosler: *Ein Generationen-Vorfall*.

<sup>538</sup> Moritz: *Die Liebe zur Aufseherin*.

<sup>539</sup> Löhndorf: *Die Banalität des Bösen*.

<sup>540</sup> Krause: *Keine Elternaustreibung*.



Auch der Effekt auf den Leser – ein Lerneffekt ohne Anmaßung, Resignation oder Belehrung – wird meist als positiv verbucht.<sup>541</sup> Auch könne der Rezipient sich seinen eigenen Standpunkt bilden, er sei nicht durch eine bestimmte, vorgefertigte Meinung beeinflusst.<sup>542</sup> Diese Annahme steht im Zusammenhang mit dem Schluss des Romans, der keine eindeutige Lösung der Problematik offenbart, sondern Protagonisten und Leser zwiegespalten zurücklässt. Anders äußert sich hierzu Michael Stolleis, der den Roman als „runde Geschichte“ sieht, dem Roman damit eine Form von Abgeschlossenheit attestiert.<sup>543</sup> Im Rahmen der Rubrik „Fragen Sie Reich-Ranicki“ in der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* bittet ein Leser den Kritiker um eine Stellungnahme zum „dichtenden Juristen“ und dessen Erfolgsbuch. Reich-Ranickis Antwort: „Das ist ein unterhaltsamer, spannender Roman, der die Leser nicht nur amüsiert, sondern zugleich in mancher Hinsicht belehrt.“<sup>544</sup> Die doppelte Leistung von Unterhaltung und Belehrung zeichnen, dieser Aussage folgend, das Buch aus.

Obwohl Schlink selbst sich gegen die Kategorisierung in ernste Literatur und Unterhaltungsliteratur äußert, wird *Der Vorleser* in einigen Artikeln als „seriöse Literatur“<sup>545</sup> bezeichnet. Kontrastiert wird dies durch Schlinks vorausgegangene Kriminalromane, die offensichtlich allein ihrer Gattung wegen in die Unterhaltungsliteratur eingeordnet werden. Kammann nennt den *Vorleser* im Vergleich zu Schlinks anderen Büchern einen „richtigen Roman“.<sup>546</sup> Dieser strikten Abgrenzung folgen jedoch nicht alle Rezensenten, entdecken doch einige auch die Fortführung der kriminalistischen Dramaturgie im *Vorleser* wieder.<sup>547</sup>

Überschneidungen gibt es auch bei der negativen Kritik zum *Vorleser*, die deutlich seltener geübt wurde. Als einen der öfters auftretenden Kritikpunkte erscheint (was im Kontrast zur positiven Aufnahme steht) Schlinks Hintergrund als Jurist. Stolleis befindet, dass „[d]er über sich und seinen Werdegang, über die Abgründe von Strafprozessen, über Schuld und Schuldgefühle kritisch und selbstkritisch reflektierende Jurist überdeckt gelegentlich den genuine[n] Schriftsteller“.<sup>548</sup> Rohwer beschreibt die

---

<sup>541</sup> Vgl. Klingenmaier: *Eine Liebe in Deutschland*.

<sup>542</sup> Vgl. Mosler: *Ein Generationen-Vorfall*.

<sup>543</sup> Stolleis: *Die Schaffnerin*.

<sup>544</sup> Marcel Reich-Ranicki: *Fragen Sie Reich-Ranicki*, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 08.03.2009.

<sup>545</sup> Vgl. beispielsweise Doerry, Hage: „*Ich lebe in Geschichten*“. Moritz nennt den Roman „große Literatur“, vgl. Moritz: *Die Liebe zur Aufseherin*. Krause bezeichnet das Buch als „hohe Literatur“, vgl. Krause: *Keine Elternaustreibung*.

<sup>546</sup> Kammann: *Der Erzähler*.

<sup>547</sup> Mosler sieht dabei den „Plot feinfühlig wie beim Krimi“ entwickelt. Vgl. Mosler: *Ein Generationen-Vorfall*.

<sup>548</sup> Stolleis: *Die Schaffnerin*.

Sprache als „Juristenprosa“, die zu stark analysiert.<sup>549</sup> Ähnlich argumentiert auch Rainer Moritz: „Mitunter gerät das Raisonement eine Spur zu eindeutig [...], und mitunter fährt der Jurist Schlink dem gleichnamigen Schriftsteller ein bisschen heftig in die Parade“. <sup>550</sup> Doch erscheinen ihm diese Elemente als Marginalien, das heißt, Moritz schwächt seine negative Kritik sogleich ab, um das Buch zur Lektüre zu empfehlen. Mit Schlinks Beruf hängt auch der Kritikpunkt zusammen, dass der Roman keine Identifikationsmöglichkeiten biete, eine zu große Distanz zwischen Leser und Protagonisten schaffe sowie dass die Geschichte in einem abgeklärten Ton erzählt werde.<sup>551</sup>

Weiter missfällt Stolleis die Möglichkeit, das Buch als „idealistische[n] Entwicklungsroman“ zu lesen.<sup>552</sup> Martin Lüdke bekundet seine Langeweile nach der Lektüre des Romans polemisch: „Der Vorleser, Schlinks Welterfolg, erschien mir, nach der Lektüre, trotz der nachhaltig anrührenden Affäre des jungen Burschen mit der reifen Frau, kaum noch reizvoller als ein ausgefülltes Kreuzworträtsel.“<sup>553</sup> Als zu ungenau und mit zu vielen Abschweifungen gespickt befindet Peter Michalzik den Roman:

Die Schwäche des Buches ist seine parabelnde Zeitlosigkeit. Das Konkrete findet nicht statt. Das Geschehen ist, so darf man vermuten, in den fünfziger Jahren angesiedelt, schweift aber dauernd in philosophische Erwägungen ab. Die kurzen Kapitel enden meist mit allgemeinen Einlassungen über Verstrickung, Schuld und das Leben als solches. Zu einer Aussprache oder Konfrontation kommt es nie.<sup>554</sup>

Michalziks Aussage der Zeitlosigkeit muss allerdings widersprochen werden, lässt sich doch anhand einiger Jahreszahlen und Daten (Hannas Geburtsjahr und ihr Alter während der Affäre sowie die Zeitangaben zu Haftzeiten) der Zeitrahmen sehr genau abstecken.

Die Kritik, Schlink wolle die Nazi-Täter reinwaschen, findet sich in den Artikeln selten. Es sei ein „ärgerliches Buch“ meint Thomas Lindemann. Der Roman sei „aalglatt“ und erzeuge einen „wohligen Nazischauer“. <sup>555</sup> Den Erfolg des *Vorlesers* erklärt er sich aus seiner Positionslosigkeit heraus, das ihn zu einem Buch für alle mache. Auch kritisiert Lindemann die Aufnahme des Textes in den Schulkanon und die daraus resultierende positivere Betrachtung der Nazi-Täter im Unterricht.

---

<sup>549</sup> Rohwer: „*Ich kann auch sehr fröhlich sein*“.

<sup>550</sup> Moritz: *Die Liebe zur Aufseherin*.

<sup>551</sup> Vgl. Klingenmaier: *Eine Liebe in Deutschland*.

<sup>552</sup> Stolleis: *Die Schaffnerin*.

<sup>553</sup> Martin Lüdke: *Der Mönch kam nicht mit*, in: *Die Zeit* Nr. 6/2000.

<sup>554</sup> Michalzik: *Der Mensch als Monster*.

<sup>555</sup> Deißner, Lindemann: *Ist „Der Vorleser“ ein großer Roman?*

Auffällig ist, dass in den meisten Rezensionen eine Deutung oder gar Interpretation des *Vorlesers* nicht vorgenommen wird. Löhndorf bleibt in ihrer Besprechung sehr distanziert, nennt lediglich die Fakten und bewertet oder interpretiert den Roman nicht.<sup>556</sup> Einige Rezensenten lesen den Roman als Kritik an der Aufarbeitung der 68er-Generation und loben diese aufklärerische Notwendigkeit des Buches.<sup>557</sup> Hin und wieder wird auch auf die allegorische Lesart verwiesen, der zufolge Hanna als Allegorie für die Generation der Täter und Michael für die Generation der Nachgeborenen steht.<sup>558</sup> Anzumerken ist, dass diese beiden Interpretationsansätze des 68er-Buches und der Allegorien von Schlink selbst vorgeschlagen werden.<sup>559</sup> Es kann also hierbei von einem Rückgriff auf die Interpretation des Autors gesprochen werden. Eine individuelle und eigenständige Interpretationsvorlage lässt sich in den Rezensionen nicht finden.

Stolleis vermerkt: „[D]ieser Text ist kein mehrstimmig angelegter Roman, eher ein Monolog der Erinnerung, ein persönliches und politisches Grübel- und vielleicht sogar Bekenntnisbuch“.<sup>560</sup> Dass sich diese Interpretation nicht nur auf Michael Berg, sondern auch auf Bernhard Schlink bezieht, macht Stolleis im Schlusssatz seiner Kritik deutlich: Es handele sich beim *Vorleser* um „Schlinks persönlichstes Buch. Nicht alles in ihm ist erfunden, aber woher ein Autor seinen Stoff nimmt, ist seine Sache, nicht die des neugierigen Lesers.“

Außerdem wird in einigen Rezensionen auf Schlinks vorangehende Werke (die drei Kriminalromane *Selbs Justiz*, *Selbs Betrug* und *Die gordische Schleife*) verwiesen.<sup>561</sup> Der Erfolg des *Vorlesers* wirkte in einigen späteren Rezensionen nach, die sich nicht nur um die Verfilmung und den Text drehten, sondern laut Titel ein neues Buch Schlinks besprechen wollten.<sup>562</sup> Zum Erscheinen des Erzählbandes *Liebesfluchten* veröffentlichte der *Spiegel* ein fünfseitiges Gespräch, das sich primär um Schlink als Autor und Mensch dreht, in literarischer Hinsicht lediglich auf den *Vorleser*, an wenigen Stellen auf die *Selbs*-Romane und nicht auf die *Liebesfluchten* eingeht. Der Untertitel des Interviews „Sein Roman „Der Vorleser“ ist ein Welterfolg – nun hat der in Berlin lebende Schriftsteller und Rechtsprofessor Bernhard Schlink ein neues Buch

<sup>556</sup> Löhndorf: *Die Banalität des Bösen*.

<sup>557</sup> So etwa Mosler: *Ein Generationen-Vorfall*; Deißner, Lindemann: *Ist „Der Vorleser“ ein großer Roman?*

<sup>558</sup> Vgl. hierzu Krause: *Bernhard Schlink: Ein Schriftsteller, der nicht im Elfenbeinturm haust*; Krause: *Keine Elternaustreibung*; Löhndorf: *Die Banalität des Bösen*.

<sup>559</sup> Kilb: *Herr Schlink, ist „Der Vorleser“ schon Geschichte?*

<sup>560</sup> Stolleis: *Die Schaffnerin*.

<sup>561</sup> Etwa Stolleis: *Die Schaffnerin*; Fuld: *Drama eines zerstörten Lebens*.

<sup>562</sup> Vgl. beispielsweise Klingenmaier: *Ratloser Deutscher*; Tilman Krause: *Gegen die Verlorenheit an sich selbst*; Ulrich Baron: *Das Buch, auf das wir lange gewartet haben*, in: Homepage von *Die Welt*, URL: [http://www.welt.de/print-welt/article589875/Das\\_Buch\\_auf\\_das\\_wir\\_lange\\_gewartet\\_haben.html](http://www.welt.de/print-welt/article589875/Das_Buch_auf_das_wir_lange_gewartet_haben.html) (letzter Zugriff am 17.09.2012).

mit sieben Erzählungen veröffentlicht: „Liebesfluchten“.<sup>563</sup> Als Anlass für das Gespräch wird also die Neuveröffentlichung genutzt, auf die jedoch nicht eingegangen wird. Das Interesse der Interviewer liegt stärker auf Schlinks Auftritt in der Oprah Winfrey Show, dem (autobiografischen) Hintergrund für den *Vorleser*-Roman, Fragen nach dem Schreibprozess des Autors und Informationen zur geplanten Verfilmung des Erfolgsromans. Auch Kübler führte das Interview wegen der Veröffentlichung von Schlinks neuem Erzählband *Liebesfluchten*, in einem abgesetzten Kasten unter der Überschrift *Der neue Schlink* wird darauf Bezug genommen: 35 Zeilen umfasst diese Rezension, wobei neun Zeilen auf autobiografische Informationen fallen und jeweils 13 Zeilen auf die bisherigen Werke Schlinks (allein dem *Vorleser* werden neun Zeilen gewidmet) sowie auf den Erzählband verwendet werden. Diese Aufteilung zeigt, wie omnipräsent *Der Vorleser* bei allen Folgewerken ist, Schlink wird immer mit diesem Erfolgsbuch verbunden, es stellt scheinbar alle anderen Texte in den Schatten. Inhalt oder Stil des neuen Buches erscheinen beinahe irrelevant, wichtiger ist, dass das Buch von Schlink, dem Autor des *Vorlesers*, stammt.

Generell wurde dem *Vorleser* eine fast revolutionäre Stellung in der deutschen Gegenwartsliteratur unterstellt: „[D]er Staatsrechtsprofessor Bernhard Schlink, der im Nebenberuf Krimis schreibt,“ bringe „frischen Wind in unsere flügelahme Literatur“.<sup>564</sup> Gerade diese Dopplung der Berufe scheint hier die Qualität des Textes zu bestimmen. Auch weitet sich – den Rezensenten zu Folge – wegen Stil und Inhalt des Buches der Erfolg international aus:

Ratlosigkeit und Fragen statt Gewissheiten und Abrechnungen, der sachte Ton des Privaten statt der voll tönenden Rhetorik öffentlicher Selbstdarstellung, die merkliche Zurückhaltung des Autors gegenüber seinen Figuren, also eine gewisse Lauterkeit des Erzählens: Das rührt und erstaunt in Frankreich wie in Australien. Ein wenig scheint das internationale Interesse am „Vorleser“ auch darauf zu verweisen, dass man Zurückhaltung und Ratlosigkeit – wenn diese nicht eitel verdreht und schon wieder zur einzig möglichen und vorbildlichen Haltung stilisiert, sondern behutsam und offen präsentiert werden – von einem Deutschen nicht oder nicht mehr erwartet hat.<sup>565</sup>

Der Artikel *Autoren unter Generalverdacht* von Volker Hage reagiert auf die Vorwürfe, Schlink zeichne ein zu positives Bild der Täter. Dieser Text sticht unter den anderen Besprechungen hervor, da er eine stark schützende Position einnimmt, Schlink und den

---

<sup>563</sup> Doerry, Hage: „*Ich lebe in Geschichten*“.

<sup>564</sup> Krause: *Keine Elternaustreibung*.

<sup>565</sup> Klingenmaier: *Ratloser Deutscher*. Ähnliche Verweise finden sich auch bei Hage: *Gewicht der Wahrheit*; Krause: *Gegen die Verlorenheit an sich selbst*.

Text geradezu verteidigt.<sup>566</sup> Insgesamt wurde die von Jeremy Adler und Frederic Raphael 2002 in Großbritannien ausgelöste Kritik an der Darstellung der Täter in Deutschland eher weniger aufgegriffen. In früheren Rezensionen wurde dieser Punkt kaum negativ aufgefasst: Dass Hanna weder dämonisiert noch zur Heiligen stilisiert wird, hebt etwa Löhndorf hervor.<sup>567</sup> Interessant ist ferner, dass in den Interviews die Frage zur Darstellung der Hanna gestellt wird, die Schlink dann immer nach einem sehr ähnlichen Muster beantwortet:

Wenn es nicht die menschliche Sicht auf die Täter gäbe, hätten wir kein Problem mit ihnen. Erst die menschliche Nähe zu ihnen macht das, was sie getan haben, so furchtbar. Wir hätten doch mit den Tätern schon lange abgeschlossen, wenn es wirklich alle Monster wären, ganz fremd, ganz anders, mit denen wir nichts gemein haben.<sup>568</sup>

Dies zeigt also, dass nicht nur die Rezensionen, sondern auch der Autor immer wieder auf bestimmte vorgefertigte Muster zurückgreifen. Die Ähnlichkeiten in der Beurteilung des Romans und die immer wiederkehrenden Rückgriffe auf den Verfasser lassen darauf schließen, dass den Rezensenten die früher erschienenen Kritiken bekannt sind. Auch liegt die Vermutung nahe, dass einige Elemente auf dem Waschzettel vorgegeben sind, die dann in die Besprechungen eingearbeitet werden. Diese Vorgehensweise führt zu einer Homogenisierung auf dem Feld der Rezensionen.

Schlinks Text wurde nicht nur in Zeitungen und Zeitschriften, sondern auch in Rundfunkprogrammen und Fernsehsendungen besprochen. In der kurz vor Weihnachten 1995 ausgestrahlten Folge des „Literarischen Quartetts“ äußerte Sigrid Löffler zwar ihr Missfallen am *Vorleser*, jedoch ändert der Verriss nichts am Erfolg des Buches.<sup>569</sup> Da das Buch mittlerweile auch zur Schullektüre gehört, finden sich zahlreiche Webseiten oder Internetportale, die Inhaltsangaben und Erläuterungen für Schüler und Lehrer zum *Vorleser* anbieten. Auch ermöglicht das Internet, dass Laienkritiker ihre persönliche Meinung und Wertung zu dem Roman abgeben können. Alleine beim Online-Buchhändler *Amazon* finden sich 534 Kundenrezensionen zum *Vorleser*, der

---

<sup>566</sup> Hage: *Autoren unter Generalverdacht*.

<sup>567</sup> Löhndorf: *Die Banalität des Bösen*.

<sup>568</sup> Doerry, Hage: *Ich lebe in Geschichten*. In einem anderen Interview (Kilb: *Herr Schlink, ist „Der Vorleser“ schon Geschichte?*) beantwortet Schlink die Frage folgendermaßen: „Aber wenn die Täter immer Monster wären, wäre die Welt einfach. Sie sind es nicht. Meine Generation hat das vielfach erlebt, beim Lehrer oder Professor, beim Pfarrer oder Arzt, beim Onkel oder sogar Vater, über deren Vergangenheit eines Tages offenbar wurde, was ganz und gar nicht zum Respekt, zur Bewunderung oder sogar zur Liebe passte, die das Verhältnis bestimmt hatte.“

<sup>569</sup> *Das literarische Quartett*, Sendung vom 14.12.1995, ZDF.

überwiegende Teil davon in der besten Bewertungskategorie.<sup>570</sup> Bewertungssysteme nach Punkten ermöglichen es, dem Leser auf einen Blick die Verhältnisse von negativen und positiven Rezensionen darzubieten sowie eine durchschnittliche Bewertungskennzahl anzugeben (vier von fünf Sternen für den *Vorleser* bei *Amazon*). Die Menge der Rezensionen und die Bewertungsmethode durch Punktsysteme zeigen, dass nicht der Inhalt der Kritik ausschlaggebend ist, sondern deren Anzahl und allgemeines Urteil über den Text.

#### 2.2.1.4. Die Preise

Der Autor wurde für den Roman *Der Vorleser* mit zahlreichen Preisen ausgezeichnet: Schlink erhielt bereits 1995 den Stern des Jahres der *Abendzeitung* (München), im Jahr 1997 den Hans-Fallada-Preis der Stadt Neumünster. 2000 wird Schlink der Evangelische Buchpreis des Deutschen Verbandes Evangelischer Büchereien verliehen. Schließlich erhält der Schriftsteller 2003 das Bundesverdienstkreuz.<sup>571</sup> Über die Vergabe dieser Preise wurde in den Medien berichtet, was wiederum den Autor und seine Texte präsent hielten und möglicherweise neue Leser akquirierten, da dessen Erfolg sie neugierig machte. Auch erhöht eine Preisverleihung die Reputation und beeinflusst das Image des Autors. Exemplarisch werden hier Teile der Vergabe des *WELT*-Literaturpreises und des Heinrich-Heine-Preises analysiert.

Am 9. November 1999 wurde der *WELT*-Literaturpreis erstmals verliehen. Die durch eine Jury vorgenommene Wahl fällt auf Bernhard Schlink für seinen Roman *Der Vorleser*. Da dieser Preis direkt von der Zeitung vergeben wird, wurden zahlreiche Vorberichte und Porträts sowie die Laudatio in der *Welt* abgedruckt. Zur Begründung der Preisvergabe heißt es:

Denn der Berliner Jura-Professor Schlink hat mit seinem seit 1995 in 26 Sprachen erschienenen Roman "Der Vorleser" nicht nur nationale Grenzen, sondern auch die Grenzen zwischen Kritiker- und Publikumserfolg mit ganz souveräner Leichtigkeit überwunden. In den Vereinigten Staaten, wo das Interesse an deutscher Belletristik während der letzten Jahre stagnierte, wurde sein Buch zum Bestseller.<sup>572</sup>

---

<sup>570</sup> Homepage von *Amazon*, URL: [http://www.amazon.de/Vorleser-Bernhard-Schlink/dp/3257229534/ref=sr\\_1\\_1?s=books&ie=UTF8&qid=1292233058&sr=1-1](http://www.amazon.de/Vorleser-Bernhard-Schlink/dp/3257229534/ref=sr_1_1?s=books&ie=UTF8&qid=1292233058&sr=1-1) (letzter Zugriff am 13.12.2010).

<sup>571</sup> Vgl. Pressedossier des Diogenes Verlag.

<sup>572</sup> Ulrich Baron: *Das Buch, auf das wir lange gewartet haben*, in: *Die Welt* vom 10.11.1999, auch in: Homepage von *Die Welt*, URL: [http://www.welt.de/print-welt/article589875/Das\\_Buch\\_auf\\_das\\_wir\\_lange\\_gewartet\\_haben.html](http://www.welt.de/print-welt/article589875/Das_Buch_auf_das_wir_lange_gewartet_haben.html) (letzter Zugriff am 06.09.2012).

Daraus geht hervor, dass der bereits vorhandene Erfolg neuen Erfolg schafft. Eben weil der Roman so positiv von Publikum und Kritikern aufgenommen wurde, erhält Schlink dafür die Auszeichnung. Den Preis nach diesen Prämissen zu vergeben, blendet die rein literarische Qualität des Textes vollständig aus. Die Laudatio hält Christian Stölzl und auch er beruft sich auf den Erfolg des Textes, beschreibt den Roman als

Bestseller besonderer Art; nicht lärmend und triumphierend, begleitet oder erzeugt – wer mag das oft unterscheiden? – von dem, was man in unschöner militärischer Begrifflichkeit "PR-Kampagne" nennt, sondern unter der Oberfläche, ähnlich einer unmerklich sich bewegenden tektonischen Verschiebung.<sup>573</sup>

Diese Ansicht widerspricht der euphorischen Aufnahme des *Vorlesers* in den Medien, sowie den in Abschnitt 2.2.1.8. zu besprechenden weiteren Verarbeitungen des Romans. Stölzl meint sogar ein Urteil über die Lektüreerfahrung der internationalen Leser fällen zu können, das er in Verbindung setzt mit den Verkaufszahlen:

Der Verlag zählt penibel die 25 Länder auf, in denen das Buch kursiert, und zwar nicht als ungelesenes Präsent von den Geburtstagstischen in die Bücherregale wandernd, wie es das Schicksal gerade der Preisträger legendärer literarischer Ehrungen zu sein scheint, sondern in die Hände von Menschen, die nach der Lektüre anders sind als zuvor.<sup>574</sup>

Woher er die Information nimmt, dass die Bücher gelesen wurden und nicht nur gekauft, erläutert Stölzl nicht, jedoch wird sein Anliegen deutlich: Er will den Roman nicht nur als Bestseller an seinen bloßen Verkaufszahlen messen – *Der Vorleser* wurde rezipiert, dies verstärkt den Effekt des Erfolgs.

Stölzl liest den Roman als Allegorie auf die beiden Generationen der Täter und der Nachgeborenen (was eben jener vorgeschlagenen Lesart des Autors selbst entspricht). Auch erwähnt er die Kritik zum Buch: „Sieht man die Rezensionen des "Vorlesers" in Deutschland und in der Welt durch, dann ist es so, als ergäben sie, komprimiert, einen einzigen Satz: Das ist das Buch, auf das wir so lange gewartet haben, ohne es zu wissen.“<sup>575</sup> Namentlich erwähnt Stölzl jedoch nur einen Kritiker: Tilman Krause. Dieser veröffentlichte die Besprechung in der *Welt* selbst, auch saß er in der Jury, die für die Preisvergabe verantwortlich war. Daraus wird ersichtlich, dass die Preisvergabe keinesfalls rein objektiv aufgrund eines außergewöhnlich guten Textes vorgenommen

---

<sup>573</sup> Christoph Stölzl: *Ich hab's in einer Nacht ausgelesen*, in: *Die Welt* vom 13.11.1999, auch in: Homepage von *Die Welt*, URL: [http://www.welt.de/print-welt/article590277/Ich\\_habs\\_in\\_einer\\_Nacht ausgelesen.html](http://www.welt.de/print-welt/article590277/Ich_habs_in_einer_Nacht ausgelesen.html) (letzter Zugriff am 18.09.2012) (kursiv im Original).

<sup>574</sup> Stölzl: *Ich hab's in einer Nacht ausgelesen* (kursiv im Original).

<sup>575</sup> Stölzl: *Ich hab's in einer Nacht ausgelesen* (kursiv im Original).

wurde, sondern im Gegenteil einige personelle Verkettungen mit hineinspielen. Stölzls Aussage untermauert parallel sowohl den Ruhm des Kritikers und als auch den der Zeitung selbst.<sup>576</sup>

Tilman Krause selbst hielt dann wiederum die Laudatio auf Schlink bei der Verleihung des Heinrich-Heine-Preises.<sup>577</sup> Dabei stilisiert er Schlink samt den Roman zu einem Überwinder der letzten Unfreiheiten der Nachkriegsgeneration. Ebenfalls spricht Krause dem *Vorleser* einen Sonderstatus innerhalb der deutschen Literatur zu. Gleichzeitig erfülle Schlink alle aus Kreisen der Kritiker erwünschten Ziele der deutschen Literatur. Bescheinigt wird dem Text auch, dass er einfach sei, was auch in diesem Falle eine leichte (schnelle) Lesbarkeit miteinschließt. Auch verweist Krause auf die von Schlink angestrebte Auflösung der Kategorien E- und U-Literatur; er bringt außerdem das vielzitierte Beispiel an, Schlink wolle seine Bücher gerne in Bahnhofsbuchhandlungen sehen. Weiter bezieht sich Krause auch auf die daraus entstehende Aufgabe und Position des Schriftstellers selbst:

Bernhard Schlink hat einmal gesagt, er schreibe für demokratische Leser, vertraue auf ihr Aufgeklärtsein. Jene fatale Unterscheidung zwischen E- und U-Literatur, die sich aus der Überzeugung herleitet, der Schriftsteller sei ein moralisch höherwertiges Wesen und eo ipso befähigt, ja geradezu verpflichtet, sein Publikum zu erziehen, hält Bernhard Schlink für vormodern.<sup>578</sup>

Daraus geht hervor, dass Schlink sich weder in der Position des (moralischen) Erziehers noch in der des Informationsspenders sieht, er möchte lediglich unterhalten. Die Reduktion auf diese Tätigkeit rückt ihn damit – obwohl er die Unterscheidung ablehnt – in den Bereich der Unterhaltungsliteratur. Diese Position steht keineswegs im Gegensatz zu dem im nachstehenden Absatz herausgearbeiteten Bild der Autoritätsperson. Eben weil Schlink als Jurist das entsprechende Wissen und die Erfahrung habe, wird es als legitim angesehen, dass er einen Unterhaltungsroman wie den *Vorleser* schreibt. Dass Schlink sich selbst nicht in der Rolle des Erziehers sehen will, unterstreicht geradezu seinen Wunsch, für die Leser zu schreiben (siehe zu der Thematik des Images auch Abschnitt 2.2.1.5.).

Doch Krause geht in seiner Laudatio noch auf weitere Aspekte ein:

---

<sup>576</sup> „[B]eginnend mit Tilman Krause, dem der Ruhm gebührt, als Allererster im September 1995 den außerordentlichen Rang des "Vorlesers" entdeckt zu haben“ setzte eine positive Aufnahme des Romans in der Kritik ein, so Stölzl: *Ich hab's in einer Nacht ausgelesen*.

<sup>577</sup> Tilman Krause: *Laudatio auf Bernhard Schlink*, in: *Heine-Jahrbuch 2000*, 39. Jahrgang, hrsg. von Joseph A. Kruse, Stuttgart, Weimar 2000, S. 238-242.

<sup>578</sup> Krause: *Laudatio auf Bernhard Schlink*, S. 242.



Es ist noch nicht allzu lange her, da stand eine jüngere Generation von Lektoren, Verlegern, Kritikern auf und geißelte die deutsche Literatur der Gegenwart dafür, dass sie im In- und Ausland den Ruf weg habe, besonders schwierig, unsinnlich und weltfern zu sein. Diese jüngeren Damen und Herren des Literaturbetriebs, die seinerzeit, zu Anfang der neunziger Jahre nämlich und damals noch gegen den ebenso erbitterten wie beleidigten Widerstand des sogenannten Hochfeuilletons, für eine lustvollere deutsche Gegenwartsliteratur plädierten, die daran zu erinnern wagten, dass das Interesse für Literatur keine Bringschuld der Leser sei und dass, *horribile dictu*, auch Verkaufszahlen etwas über den Rang eines Buches aussagen können, sie konnten nicht wissen, dass ihre Wünsche sich schon bald und dann auch noch in so überwältigendem Maße erfüllen würden, vor allem durch EIN Werk.

„Der Vorleser“ – und er ist es ja vor allem, für den Bernhard Schlink die Heinrich-Heine-Ehrengabe erhält – „Der Vorleser“ also, der 1995 erschien und in den letzten fünf Jahren seinen nicht aufzuhaltenden Siegeszug angetreten hat, er ist kein schwieriges Buch. Er ist nicht schwierig, weil seine wichtigsten Themen: die Überwindung von provinzieller Enge durch erotische Emanzipation, der Konflikt zwischen liebender Hingabe auf der einen und dem Bewusstsein, mit der Hingabe auch eine Verantwortung zu übernehmen auf der anderen Seite, schließlich die Einsicht, auch als liebender Einzelner Teil eines Ganzen, ja eines nationalen Ganzen samt seiner Geschichte und seiner Schuld zu sein, weil das alles von sehr, sehr vielen Menschen verstanden werden kann. „Der Vorleser“ ist auch kein unsinnliches Buch, weil er mit einer ebenso körperlichen wie emotional berührenden Offenheit vom Einbruch der großen, nicht gesellschaftsfähigen Liebe in ein geordnetes Dasein erzählt. Und „Der Vorleser“ ist erst recht kein weltfernes Buch, weil er mit einer Genauigkeit sondergleichen, aber auch mit seltenem Einfühlungsvermögen zwei Epochenereignisse schildert, deren Fortwirken wir auch heute noch spüren: das „Beschweigen“ der deutschen Schuld in den fünfziger und frühen sechziger Jahren mit ihrer bedrückenden, beklemmenden Atmosphäre innerer Unfreiheit sowie der selbstgerechten, sich selber in allem salvierenden Umgang der ersten Nachkriegsgeneration mit den „Sünden der Väter“. In diesem Sinne darf man den „Vorleser“ als DEN deutschen Roman der neunziger Jahre bezeichnen.<sup>579</sup>

Deutlich wird hier die Rolle, die Schlink zugesprochen wird: Er hat mit dem *Vorleser* die Schwere der deutschen Gegenwartsliteratur aufgebrochen und neue Maßstäbe in der Unterhaltungsliteratur gesetzt. Möglich war dies durch eine einfache Sprache und eine leicht nachvollziehbare Handlung. Tatsächlich verwendet Schlink kaum Fremdwörter, seine Sätze sind nicht verschachtelt, sondern unterliegen einer einfachen Syntax und es wird primär eine eindeutige, klar zu verfolgende Handlung dargestellt. Zur leichten Verständlichkeit trägt auch die Wahl der Erzählperspektive bei, aus Sicht von Michael Berg verfolgt der Leser gemeinsam mit dem Protagonisten die chronologisch erzählten Geschehnisse.

Die Ausschnitte aus den beiden Laudationes liefern einen weiteren Beweis, dass der Text an sich weit weniger wichtig ist als andere Elemente. Stärker als in den Rezensionen wird hierbei auf den Erfolg des Romans fokussiert, der sogar ausschlaggebend für die Wahl des Auszuzeichnenden ist.

---

<sup>579</sup> Krause: *Laudatio auf Bernhard Schlink*, S. 239f.

### 2.2.1.5. Der Autor

Bernhard Schlink war zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des *Vorlesers* in Deutschland bereits relativ bekannt,<sup>580</sup> erschienen doch zuvor schon drei seiner Romane: *Selbs Justiz* (zusammen mit Walter Popp, 1987), *Selbs Betrug* (1992) und *Die gordische Schleife* (1988). Für seine Detektivromane wurde er 1989 und 1993 ausgezeichnet.

Sein Verhalten gegenüber der Öffentlichkeit differiert stark von Süskinds. Ein 'Verstecken' vor den Medien oder den Lesern ist schon deshalb nicht möglich, weil Schlink als Professor an der Humboldt-Universität in Berlin tätig ist und daher regen Kontakt zu Studierenden und weiteren Mitarbeitern der Uni haben muss. Seinen eigentlichen Beruf als Juraprofessor wegen der Schriftstellerei aufzugeben, hat er nie in Betracht gezogen.

Den Erfolg des *Vorlesers* führt Bernhard Schlink auf die rein inhaltlichen Dimensionen des Textes zurück:

Das Buch wirft eine Reihe von moralischen Problemen auf, und ich denke, Leser sehen sich gern durch ein Buch gefordert, sich mit moralischen Problemen auseinander zu setzen. Manche fanden die zeitgeschichtliche Dimension interessant, andere die Liebesgeschichte, wieder andere setzten sich mit dem Missbrauchsproblem eines Jugendlichen durch eine erwachsene Frau auseinander, andere mit dem Problem, was es bedeutet, eine Verbrecherin zu lieben, oder ob man jemandem helfen darf oder sogar muss, der sich nicht helfen lassen will.<sup>581</sup>

Dabei gibt der Schriftsteller selbst eine Zusammenfassung der Kritiken, die immer wieder auf dieselben Probleme und Konflikte innerhalb des Romans zurückkommen. Zur inhaltlichen Dimension treten dann noch weitere Elemente, die das Buch „leserfreundlich“ machen:

Das Buch handelt von Liebe und Schuld, Treue und Verrat, Vergangenheit und Gegenwart und davon, wie die Furchtbarkeiten der Vergangenheit in die Gegenwart hineinragen – es geht um Probleme, die die Leser berühren und betreffen und über die sie nachdenken und sprechen wollen. Dass das Buch nicht zu schwer zu lesen und nicht zu dick ist, mag auch eine Rolle spielen.<sup>582</sup>

Bernhard Schlink positioniert sich selbst jedoch gleichzeitig als ein Schriftsteller, der zur Unterhaltung schreibt. Und auch wenn der Text, wie er oben selbst konstatiert, diverse Problematiken enthält, so ist Schlink dennoch bestrebt, den Leser nicht zu überfordern, sondern vor allem den unterhaltenden Aspekt in den Vordergrund zu

---

<sup>580</sup> International war Schlink bis dato jedoch fast unbekannt. Vgl. dazu auch Taberner: *Introduction*, S. 7.

<sup>581</sup> Kübler: *Als Deutscher im Ausland wird man gestellt*.

<sup>582</sup> Vgl. Interview mit Bernhard Schlink, siehe Anhang, S. 290.

rücken. Das zeigt sich zum Beispiel auch darin, dass der primäre Fokus im *Vorleser* auf der Liebesbeziehung liegt.

Hinzu kommt außerdem, dass Schlink das Schriftstellertum nicht als Brotberuf auffasst. Generell distanziert sich Bernhard Schlink von einem Leben, das er vollständig der Literatur widmen würde – er brauche beide Professionen.<sup>583</sup> Im Entstehungsprozess eines Buches ist der Schriftsteller mit seinem Text alleine. Dieses Bild passt zu jenem, das Schlink selbst von sich gibt: Es entstehen – so der Autor – die Geschichten in seinem Kopf, er spiele mit Figuren und Situationen, die sich ohne sein Zutun entwickeln. Eine Art Faszinosum bildet der Schaffensprozess des Autors, vermittelt er doch den Eindruck eines stark kreativen Prozesses, wobei die Geschichte vollständig in seinem Kopf existiert, bevor er sie niederschreibe.<sup>584</sup> Auch das beständige Verweisen, dass Schlink nur schreibe, was ihn interessiere, macht ihn zu einem Autor für den Leser. Generell wendet er sich von der Literaturwissenschaft ab. Fragen, die auf eine literaturwissenschaftliche Argumentation anspielen, beantwortet Schlink damit, dass er davon „keine Ahnung“ habe, er wisse noch nicht einmal „was eine Metapher“ sei.<sup>585</sup> Der Autor versucht gerade durch diese Art des 'unbedarften Schriftstellers' dem Leser näher zu kommen, was Unmittelbarkeit und Authentizität evoziert. Auch die Beteuerungen Schlinks, keine Zielgruppe vor Augen zu haben oder Geschichten nicht zu konstruieren, sondern sie einfach zu schreiben, unterstreichen dieses Bild. Die Aussage, dass „jedes Schreiben [...] autobiographisch“ sei, oder dass Schlink nur schreiben könne, „was [ihn] wirkliche interessier[e]“, vermitteln dem Leser ebenfalls eine Form der Echtheit.<sup>586</sup>

Schlink selbst äußerte sich zu seinem eigenen Roman stets skeptisch in Hinblick auf das Verständnis gegenüber der Figur der Hanna; der Autor erwartete regelrecht Kritik an dieser Figurenzeichnung, nannte seinen Roman selbst „politisch inkorrekt“.<sup>587</sup> Diese Äußerungen erinnern entfernt an Süskinds Unterschätzung seines eigenen Werks, wobei sich der Schriftsteller auf eine sichere Position des Nicht-Involviertseins in die Konsequenzen der Kritik rückt. Verstärkt wird dies durch die persönliche Aussage Schlinks, er lese die Rezensionen seiner Texte nie. Auch behauptet er weiter, seine Romane lediglich aus dem Grund zu schreiben, da er Geschichten erzählen möchte, die

---

<sup>583</sup> Vgl. Interview mit Bernhard Schlink, siehe Anhang, S. 288.

<sup>584</sup> Vgl. dazu auch: Doerry, Hage: „*Ich lebe in Geschichten*“.

<sup>585</sup> So geschehen etwa während der Heidelberger Poetikdozentur am 03.06.2010 in Heidelberg. Zum Begriff der Metapher äußert er sich aber in der Oprah Winfrey Show.

<sup>586</sup> Bernhard Schlink bei der Poetikdozentur in Heidelberg am 03.06.2010.

<sup>587</sup> Vgl. Kübler: „*Als Deutscher im Ausland wird man gestellt*“ und Doerry, Hage: „*Ich lebe in Geschichten*“.

er selbst gerne lesen würde. Und auch ist es ihm wichtig, dass lediglich die Absicht bestehe, eine Geschichte zu erzählen. Das Ignorieren jeglichen literaturwissenschaftlichen Ansatzes, das Phänomen eines 'Quereinsteigers' in den Literaturbetrieb, der sich wenig aus der Wissenschaft und Theorie hinter der Literatur macht, ist das charakteristische Bild, das Schlink in der Öffentlichkeit verbreitet. Seine Prämisse gegenüber der Literatur sieht er in der Wahrhaftigkeit: Wahrheit ist die Verpflichtung, der Literatur über den Holocaust nachgehen solle.<sup>588</sup> Dies spiegelt sich auch in seinen Texten wider, in denen der Inhalt im Sinne der Handlung oder Problematik deutlich wichtiger ist als Stil und Form. Damit wendet Schlink sich (auch wenn er das ausdrücklich nicht beabsichtigt) an ein bestimmtes Publikum, nämlich an jenes, das nicht an Interpretationen interessiert ist, sondern primär nach Unterhaltung und einem „guten Buch“ verlangt. Gleichzeitig sind die Probleme, die Schlink in seinen Texten aufwirft von solch elementarer Tragweite, dass die Kritik (und teilweise auch die Literaturwissenschaft) ihr Interesse am Roman geweckt fühlt.

Schlinks Bild, das er von sich gibt, wird über die Medien verbreitet beziehungsweise diese streuen bestimmte Informationen, die ein solches Bild in der Öffentlichkeit entstehen lassen. Auch die Darstellungsweise Schlinks in visueller Hinsicht ist eine bestimmte Form der Inszenierung. Nur wenige Bilder gibt der Autor zur Veröffentlichung frei. Stets ist er darauf mit Brille und einem ernst-melancholischen Blick abgebildet (vgl. die Bilder, die zusammen mit den Rezensionen abgedruckt werden). Von besonderem Augenmerk ist, dass Schlink die „Rolle als Bestsellerautor“<sup>589</sup> zugesprochen wird. Diese Aussage lässt darauf schließen, dass „Bestsellerautor“ keine Auszeichnung, sondern eine Aufgabe ist, mit der bestimmte Verhaltensmuster verknüpft werden. In eben jener Rolle präsentiert sich der Schriftsteller und wird er wiederum durch die Medien dargestellt. Sogar in der oben angeführten Laudatio zur Verleihung des Heinrich-Heine-Preises wird erwähnt, dass

Bernhard Schlink, nun schon zum wiederholten Male, in Interviews äußert, er habe immer davon geträumt, seine Bücher würden auch in Bahnhofsbuchhandlungen ausliegen – man kauft sie, steigt in den Zug, liest und hat ein paar schöne Stunden.<sup>590</sup>

Hieran lässt sich ebenfalls die Rolle des Bestsellerautors, verknüpft mit der angestrebten Leserfreundlichkeit, erkennen.

---

<sup>588</sup> So Bernhard Schlink bei der Poetikdozentur in Heidelberg am 27.05.2010 bei seiner Vorlesung „Über die Vergangenheit schreiben“.

<sup>589</sup> Kilb: „Herr Schlink, ist „Der Vorleser“ schon Geschichte?“ Hervorhebung von mir.

<sup>590</sup> Krause: *Laudatio auf Bernhard Schlink*, S. 239.

#### 2.2.1.6. Der Text

Überwiegend des Inhalts wegen ist *Der Vorleser* bei Kritikern und Fachleuten wahrgenommen worden. Formal – vor allem aufgrund des geringen Umfangs und der leichten Lesbarkeit – sprach der Roman breitere Lesergruppen an.

Wie bereits in den *Selb*-Romanen, verwendet Bernhard Schlink auch hier Elemente des Kriminalromans, um einen Spannungsbogen aufzubauen. Hannas Geheimnis, eine Analphabetin zu sein, enthüllt der Erzähler dem Leser erst gegen Ende des Textes. Somit bleibt der Leser immer in derselben Situation wie der Erzähler zum Zeitpunkt der Ereignisse.

Der historische Bezug, als ein rein inhaltlicher Aspekt des Textes, erweckt Renata Pietrzycka-Isid zufolge entweder Vertrautheit oder Befremden beim Leser.<sup>591</sup> Dies mag eventuell für einige Lesergruppen zutreffen, jedoch bildet ein Roman nicht die Realität originalgetreu ab, sondern verwendet in diesem Fall realhistorische Elemente, die mit fiktiven Charakteren und Ereignissen verwoben werden. Wichtiger als Befremden oder Vertrautheit erscheint hier vielmehr ein Interesse an der Thematik, die sich ja nicht primär auf den Zweiten Weltkrieg und die Untaten des Dritten Reichs beziehen, sondern auf die Schuld und Aufarbeitung der nachfolgenden Generation. Widerlegen lässt sich die These auch damit, dass der Roman international verstärkt nachgefragt wurde, was weniger auf Vertrautheit, sondern stärker auf ein breites Interesse zurückzuführen ist. Darüber hinaus bildet die Liebesgeschichte den Einstieg in den Roman und sie gilt damit folglich als stärker wiegendes Element. Begänne die Geschichte mit der Thematik des Dritten Reiches, wäre das Buch womöglich deutlich weniger erfolgreich gewesen.

Das Thema der Schuld ist eines der häufiger aufgegriffenen in den Rezensionen. Schlink wird vorgeworfen, Mitgefühl und Sympathie für eine Täterin des Dritten Reiches zu evozieren. Indem er Hanna durch ihren Analphabetismus eine Schwäche zugesteht, die sie unausweichlich in ein Schicksal zwingt, dessen Ausmaß sie auch während des Prozesses nicht begreift, verleiht er der Täterin ein menschliches Antlitz. Hinzu kommt, dass es sich dabei um eine Form der Inschutznahme der Täter handelt, da diese aus scheinbar unverschuldeten Zusammenhängen zu Instrumenten des totalitären Regimes wurden. Die mangelnde Möglichkeiten dieser einzelnen Individuen, sich eine eigene Meinung zu bilden, da sie nicht die Fähigkeiten hatten, adäquate Medien zu

---

<sup>591</sup> Vgl. Renata Pietrzycka-Isid: *Referenzrahmen und kultureller Code in der Rezeption von Bernhard Schlinks Der Vorleser. Drei Zeitungskritiken aus Deutschland, Finnland und Polen. Ein Aufriss*, in: Ulrich Breuer, Beatrice Sandberg (Hrsg.): *Autobiographisches Schreiben in der deutschsprachigen Gegenwartsliteratur. Band 1: Grenzen der Identität und der Fiktionalität*, München 2006, S. 94-101, hier S. 95.

nutzen, verweist gleichzeitig auf die Pflicht eines jeden Staates, für unabhängige Bildungs- und Informationsmöglichkeiten zu sorgen, wobei die Informationspflicht beim Bürger liegt. Diesen Ansatz untermauert auch Schlinks Institutionsgläubigkeit.<sup>592</sup> Denn der Autor behauptet, der moralische Sinn eines jeden Einzelnen sei zu schwach ausgeprägt. Nur mittels institutioneller Verankerung moralischer Verhaltensweisen sei eine Stärkung zu vollbringen. Auch sieht Schlink eben jene mangelnde Institutionalisierung der Moral als einen Grund für die zahlreichen Verbrechen durch die Bevölkerung im Dritten Reich.<sup>593</sup>

Insgesamt kann der Roman als eine verschärfte Umsetzung des Essays *Kollektivschuld?* von Bernhard Schlink gelesen werden.<sup>594</sup> Zugespißt ist die Darstellung, da es sich hierbei nicht um das Lossagen aus einer Eltern-Kind-Beziehung handelt, die ja unverschuldet und somit schicksalhaft ist, sondern es geht um das Lösen aus einer Liebesbeziehung, wobei die Partnerwahl frei entscheidbar ist. Das heißt, Michael entscheidet sich mehr oder minder bewusst für eine Beziehung zu Hanna. William Collins Donahue attestiert: „[T]he overwhelming critical success of *Der Vorleser* must be attributed at least in part to Michael Berg's noted congeniality as well as to the need of maturing '68ers for a more respectable past.“<sup>595</sup> Er legt den Fokus also nicht primär auf die Holocaust-Verbrechen der Hanna Schmitz, sondern auf die Bewältigung und den Umgang mit dieser Vergangenheit aus der Perspektive der Nachkriegsgeneration. Die Figuren Hanna Schmitz und Michael Berg können allegorisch gelesen werden als die deutsche Vergangenheit und Gegenwart,<sup>596</sup> die untrennbar miteinander verwoben sind, was sich deutlich darin zeigt, dass Michael nicht von Hanna und damit von der deutschen Vergangenheit loskommen kann.

In einem anderen Aufsatz erklärt Donahue, Schlink „introduces a weighty issues book with an unlikely erotic preamble that readers simply love.“<sup>597</sup> Der Roman wird meist als Liebesgeschichte gelesen; der Aspekt des Missbrauchs eines Minderjährigen kommt deutlich seltener und überwiegend in angelsächsischen Analysen zum Ausdruck. Als

---

<sup>592</sup> Vgl. dazu Bernhard Schlink: *Die Gegenwart der Vergangenheit*, in: ders.: *Vergangenheitsschuld. Beiträge zu einem deutschen Thema*, Zürich 2007, S. 112-123, hier v. a. S. 115-117.

<sup>593</sup> Vgl.: Charlie Rose: *Interview mit Bernhard Schlink*, in: Homepage von Charlie Rose, URL: [www.charlierose.com/view/interview/9877](http://www.charlierose.com/view/interview/9877) (letzter Zugriff am 17.09.2012).

<sup>594</sup> Bernhard Schlink: *Kollektivschuld?* In: ders.: *Vergangenheitsschuld. Beiträge zu einem deutschen Thema*, Zürich 2007, S. 11-33.

<sup>595</sup> William Collins Donahue: *Revising '68: Bernhard Schlink's Der Vorleser, Peter Schneider's Vati, and the Question of History*, in: *Seminar. A Journal of Germanic Studies, Special Theme Issue: Beyond Ostalgic: East and West German Identity in Contemporary German Culture*, Vol. XL, No. 3, September 2003, S. 293-311, hier S. 294.

<sup>596</sup> Jane Alison: *The third Victim in Bernhard Schlink's Der Vorleser*, in: *The Germanic Review* 81 2006, 2, S. 163-177, hier S. 163.

<sup>597</sup> William Collins Donahue: *Illusions of subtlety: Bernhard Schlink's Der Vorleser and the moral limits of Holocaust Fiction*, in: *German Life and Letters*, 54/1, January 2001, S. 60-81, hier S. 64.

Tabubruch kann neben dem Altersunterschied der Geschlechtspartner die oben erläuterte Darstellung der Täter genannt werden. *Der Vorleser* kann formal keine Besonderheiten, die eine Diskussion oder gar einen Skandal auslösen würden, aufweisen. Der Aufbau des Romans und die angeschnittenen Thematiken (Holocaust-Verbrechen; Analphabetismus; Liebesbeziehung) trafen auf großes Leseinteresse und brachten gleichzeitig Diskussionsstoff mit sich, der zur Auseinandersetzung mit dem Roman im Feuilleton und der Forschungsliteratur führte.

#### 2.2.1.7. Die Wissenschaft

Schlinks Text ist nicht nur Forschungsgegenstand in der Literaturwissenschaft, auch in der Rechtswissenschaft wurde *Der Vorleser* diskutiert.<sup>598</sup> Ebenfalls sorgte der Roman für Gesprächsstoff in den Geschichtswissenschaften, wobei dem Autor Geschichtsfälschung vorgeworfen wird.<sup>599</sup> Zu beachten ist allerdings, dass ein Roman von fiktiven Geschehnissen erzählt, dass ein Bezug zu real historischen Ereignissen vorhanden sein kann, und dass im Falle des analysierenden Textes, Schlink von einem Einzelfall berichtet. Auch unter psychologisierenden Aspekten wurde der Roman untersucht.<sup>600</sup> Der Schwerpunkt liegt hierbei überwiegend auf der Traumabewältigung, der emotionalen Überlastung Michaels sowie Hannas Analphabetismus als Exkulpation. Wie bereits für die Rezensionen dargestellt, lässt sich die Formulierung von Schlinks „Doppelleben“<sup>601</sup> zwischen den Welten der Juristerei und Schriftstellerei auch in

---

<sup>598</sup> Als Beispiel ist hier zu nennen: Klaus Lüderssen: *Produktive Spiegelungen. Recht in Literatur, Theater und Film*, Band II, Berlin 2007.

<sup>599</sup> Neben diversen logischen Fehlern, die vor allem Hannas Analphabetismus betreffen, wirft ihm Kathrin Schödel vor, dass Michael Berg behauptet, die gesamte Literatur der Überlebenden berichte von einer „Betäubung, unter der die Funktion des Lebens reduziert, das Verhalten teilnahms- und rücksichtslos und Vergasung und Verbrennung alltäglich wurden.“ Dieser Aspekt findet sich jedoch keineswegs in der gesamten Literatur der Überlebenden (vgl.: Kathrin Schödel: *Jenseits der political correctness – NS-Vergangenheit in Bernhard Schlink, Der Vorleser und Martin Walser*, Ein springender Brunnen, in: Stuart Parkes, Fritz Wefelmeyer (Hrsg.): *Seelenarbeit an Deutschland. Martin Walser in Perspective* (German Monitor No. 60), Amsterdam, New York 2004, S. 307-322, hier S. 312). Tim Reiss wirft Schlink eine „politische „Normalisierung“ des Vergangenheitsbezugs durch die Verabschiedung der angeblich pauschalen „68er“-Kritik durch ein angeblich differenzierteres Verständnis von Tätern und Opfern“ vor (vgl.: Tim Reiss: *Selbstkritik als Immunisierungsstrategie in Bernhard Schlinks Der Vorleser*, in: Evi Zemanek, Susanne Krone (Hrsg.): *Literatur der Jahrtausendwende. Themen, Schreibverfahren und Buchmarkt um 2000*, Bielefeld 2008, S. 179-189, hier S. 180). Darüberhinaus lassen sich noch weitere Aspekte als historisch problematisch einstufen, wie etwa der Angriff der Alliierten auf die Kirche, in der sich die KZ-Häftlinge befinden oder der Prozess, der Hanna lediglich aufgrund des Nicht Öffnens der Kirchentüren, nicht jedoch wegen ihrer weiteren Verbrechen gemacht wird.

<sup>600</sup> Vgl. Helmut Schmitz: *Malen nach Zahlen? Bernhard Schlinks Der Vorleser und die Unfähigkeit zu trauern*, in: *German Life and Letters* 55/3, July 2002, S. 296-311.

<sup>601</sup> Jürgen Koppensteiner: *Bernhard Schlinks Roman Der Vorleser. Überlegungen zu einem produktiv-kreativen Umgang mit einer literarischen Ganzschrift*, in: Ioan Lăzărescu, Peter Wiesinger (Hrsg.): *Vom Wert des Wortes. Festschrift für Doina Sandu zum 65. Geburtstag*, Wien 2006, S. 170-181, hier S. 172; Hans-Jörg Knobloch: *Endzeitvisionen. Studien zur Literatur seit dem Beginn der Moderne*, Würzburg 2008, S. 179.

wissenschaftlichen Beiträgen finden. Ein kurzer biografischer Überblick sowie die Nennung von Schlinks Professur und seine Tätigkeit als Jurist sind in zahlreichen Aufsätzen zu finden. Häufig wird dabei, wie schon früher erwähnt, auf die autobiografischen Bezüge zwischen Bernhard Schlink und Michael Berg (selber Jahrgang, Ähnlichkeiten der realen und fiktiven Vaterfigur, Kindheit und Jugend in Heidelberg, Jurastudium etc.) hingewiesen;<sup>602</sup> besonders häufig werden Parallelen zwischen Autor und Erzähler bezüglich ihres beruflichen Werdegangs gezogen.<sup>603</sup> Dass auch Michael Jurist und Schriftsteller wird, erwähnen mehrere wissenschaftliche Aufsätze. Auf eine Begründung für diesen Zusammenhang wird jedoch nicht eingegangen. Anzumerken ist hierbei, dass Schlinks Figuren überwiegend Juristen sind, sich meist aber aus den klassischen juristischen Berufen (Rechtsanwalt, Richter) zurückziehen und sich stattdessen anderen – aber damit im Zusammenhang stehenden – Tätigkeitsfeldern zuwenden. Selbst, die Hauptfigur aus den drei Kriminalromanen Schlinks, wird etwa nach dem Weltkrieg Privatdetektiv, da er sich wegen der Verbrechen des Dritten Reichs nicht mehr in der Lage sieht, den Beruf des Anwalts auszuüben. Michael Berg kann nach der verfehlten Rechtssprechung gegen Hanna Schmitz ebenfalls nicht am Gericht arbeiten und wird stattdessen Rechtshistoriker. Schlinks Figuren haben jedoch stets das juristische Wissen im Hinterkopf, sind selbst nie losgelöst von diesem Gebiet und scheinen gerade deshalb prädestiniert für eine Auseinandersetzung mit Schuldverstrickungen der unterschiedlichsten Art. Peter Debauer wird beispielsweise in *Die Heimkehr* einem Experiment ausgesetzt, das ihn – so spekuliert der Protagonist – auf seinen Charakter und sein Verhalten in einer Extremsituation testen soll, damit er sich seiner Unzulänglichkeiten auch im späteren Berufsleben bewusst ist. Geschärft werden soll dabei auch, dass er gleichfalls anfällig ist für „das Böse“.

In der Monografie *Wahrnehmung des Lebens. Vom Schreiben im Nebenberuf* geht Walter Hinck zwar auch auf das Werk Bernhard Schlinks ein, doch erkennt er lediglich Parallelen zwischen den Berufsbildern des Autors und seiner Figuren sowie die damit verbundene Beschäftigung mit der Schuldthematik.<sup>604</sup> Parallelen zwischen Schlink und dem Protagonisten Berg sieht auch Hans-Jörg Knobloch: Denn Berg „lehrt an der Universität Rechtsgeschichte, und Bernhard Schlink ist Professor für öffentliches Recht

---

<sup>602</sup> Vgl. Johannes Mahr: *Bernhard Schlink: Der Vorleser*, in: Sabine Schneider (Hrsg.): *Lektüren für das 21. Jahrhundert. Klassiker und Bestseller von 1900 bis heute*, Würzburg 2005, S. 159-176, hier S.164. Fälschlicherweise nennt Mahr Michael permanent Andreas in seinem Aufsatz.

<sup>603</sup> Vgl. hierzu auch Schödel: *Jenseits der political correctness*, S. 309.

<sup>604</sup> Vgl. Walter Hinck: *Wahrnehmung des Lebens. Vom Schreiben im Nebenberuf. Die Erzähler Erwin Wickert, Hans Graf von der Goltz und Bernhard Schlink*, Bonn 2008.



und Rechtsphilosophie an der Berliner Humboldt-Universität, hält aber gelegentlich auch Seminare mit rechtsgeschichtlichen Themen.“<sup>605</sup> Die Verbindung zwischen Autor und Erzähler muss auch hier herausgestellt werden, es ist scheinbar ein unumgängliches Argument, ein Hinweis, der nicht fehlen darf. Gleichfalls parallelisiert auch Manfred Heigenmoser, der sogar bis in die Jugend des Verfassers zurückgreift: „Der Ich-Erzähler macht Ostern 1962 Abitur und studiert anschließend bis 1967 Jura an der Heidelberger Universität. Auch Bernhard Schlink machte am Kurfürst-Friedrich-Gymnasium in Heidelberg Abitur [...] und studierte dort und in Berlin Rechtswissenschaften.“<sup>606</sup> Wozu Heigenmoser diese Parallelisierung dient, bleibt jedoch ungeklärt. Sie wird auch nicht im Verlauf von Interpretation oder Erläuterungen genauer mit den Geschehnissen verknüpft. Ebenfalls ohne Bedeutungszusammenhang zwischen Text und Realität bleibt die Bezugnahme der Vaterfigur im Roman und Schlinks Vater:

Die Figur des Vaters im Roman ist zwar gegenüber dem realen Vorbild etwas verfremdet und in Details abgeändert, aber einige Parallelen verweisen doch auf Bernhard Schlinks eigenen Vater Edmund Schlink (1903-1984). [...] Eine Elternanklage, wie sie der Ich-Erzähler bekennt (88,14f.), hat es in der Familie des Autors nicht gegeben.<sup>607</sup>

Der Versuch eine Verbindung zu knüpfen ist evident, Sinn und Zweck dieser Unternehmung bleiben jedoch auch hier unklar. Zugegebenermaßen bietet sich eine Parallelisierung zwischen Autor und Erzähler im Falle Bernhard Schlinks bezüglich Michael Berg an. Doch aus welchem Grund versteigt sich die Wissenschaft in dieses Element? Während in den Kritiken Einzelheiten zum Autor noch als Verkaufsförderung identifiziert werden können, schließt sich dieses Argument in wissenschaftlichen Aufsätzen aus. Methodologisch erzeugt eine solche Betonung der quasi-historischen Authentizität für den Text keine besonderen neuen Erkenntnisse. Auch ist fraglich, weshalb nahezu alle dazu arbeitenden Forscher auf diese biografische Parallelisierung kommen. Höchst spekulativ kann die Idee in Betracht gezogen werden, dass die Medien und der Verlag (mithilfe von Waschzetteln und Werbematerialien) bereits ein so starkes Bild des Verfassers kreierte, dass die Wissenschaftler nicht umhin kamen, darauf einzugehen. Schlinks Beruf als Professor und Richter scheint für einige Forscher und

---

<sup>605</sup> Hans-Jörg Knobloch: *Eine ungewöhnliche Variante der Täter-Opfer-Literatur: Bernhard Schlinks Roman Der Vorleser*, in: Gerhard Fischer, David Roberts (Hrsg.): *Schreiben nach der Wende: ein Jahrzehnt deutscher Literatur 1989-1999* (Studien zur deutschsprachigen Gegenwartsliteratur Band 14), Tübingen 2001, S. 89-98, hier S. 91.

<sup>606</sup> Heigenmoser: *Erläuterungen und Dokumente*, S. 30.

<sup>607</sup> Heigenmoser: *Erläuterungen und Dokumente*, S. 39f.

Rezensenten von inhärenter Wichtigkeit zum Verständnis der Schuldproblematik zu sein. So beginnt ein Aufsatz von Bettina von Jagow folgendermaßen:

Bernhard Schlink, der Autor des populären Jahrhundertromans „Der Vorleser“, ist (hauptberuflich) Professor für Öffentliches Recht und Rechtsphilosophie an der Humboldt-Universität zu Berlin und Richter des Verfassungsgerichtshofs für das Land Nordrhein-Westfalen in Münster. Fürgemein sei damit suggeriert, er kenne sich auf dem Gebiet von Recht und Unrecht, Schuld und Unschuld, Täter- und Opferstatus, kurz auch in Sachen Vergangenheitsschuld und gegenwärtigem Recht (Schlink 2002) aus, um beurteilen zu können, wie deutsche und jüdische Menschen die jüngere Vergangenheit, die unter der Chiffre Holocaust die Verbrechen des nationalsozialistischen Regimes, ihrer ausführenden und zugehörigen Personen, wahrnehmen.<sup>608</sup>

Sein Beruf erlaubt Schlink jedoch nicht nur eine besondere Kenntnis der Thematik, er scheint ihn geradezu dazu zu berechtigen, ihm zu erlauben, über diese Thematik zu urteilen und zu befinden.

Den Wissenschaftlern ist stets wichtig, dass Schlink zur Generation der Nachgeborenen zählt, also selbst keine Schuld im Dritten Reich auf sich geladen hatte. Eben dieser Aspekt zeigt, dass Schlink gerade seiner biografischen Daten wegen Autor eines solchen Romans sein kann und darf. Es ist eine Form der Legitimierung, die ihm dafür zugesprochen wird, die besonders auf Grund seines Berufs als Jurist unterstrichen wird. Die Befugnis über das Thema der Vergangenheitsbewältigung so zu schreiben wie im *Vorleser*, bestärkt dabei rückwirkend die Wissenschaftler von der Richtigkeit und Wichtigkeit ihrer Forschungen zu Schlink und seinem Roman. Die Reaktionen auf den Text wären deutlich anders ausgefallen, scheint die Botschaft zu sein, wäre Schlink nicht der Autor.

Gründe für den Erfolg des Buches werden in den wissenschaftlichen Beiträgen vornehmlich auf der inhaltlichen Ebene gefunden: „Schlink arbeitet mit Identifikationsangeboten für den Leser und einer deutlich 'erkennbaren' Geschichte.“<sup>609</sup> Die Identifikation wird dabei gleichzeitig durch einen Rückgriff auf die Biografie des Verfassers verstärkt, wodurch der Eindruck entsteht, der Autor erzähle eine wahre Geschichte aus seinem eigenen Leben. Auch meint Schödel erkennen zu können, dass die „tastenden und fragenden Reflexionen [des Erzählers, S. B.] häufig die Reaktionen des impliziten Lesers auf das Dargestellte“ antizipierten.<sup>610</sup> Jedoch kann gemutmaßt werden, dass die teils ins Philosophische abschweifenden Reflexionen Bergs nicht

---

<sup>608</sup> Von Jagow: *Bernhard Schlink „Der Vorleser“*, S. 245.

<sup>609</sup> Schödel: *Jenseits der political correctness*, S. 310.

<sup>610</sup> Schödel: *Jenseits der political correctness*, S. 310.

unbedingt den auf den Plot fokussierten Leser motivieren. Eine ähnliche Konsequenz zieht auch Guido Graf:

Nahezu jedes der kurzen Kapitel von Schlinks Roman endet mit moralischen Reflexionen, die vor diesem Hintergrund, der ja eigentlich nichts als eine einzige Aussparung bleibt, eine ausbleibende Konfrontation, etwas unangenehm Erbauliches bekommen. Unterderhand, so scheint es bisweilen, soll doch noch eine Art Bildungsroman dabei herauskommen.<sup>611</sup>

Schlink verfolgt tatsächlich eine Form der Belehrung, will er doch den Leser darauf aufmerksam machen, dass eine wirkliche Auf- und Verarbeitung der NS-Vergangenheit unmöglich ist, dass als einzig mögliche Option die Literatur verbleibt (denn in das Aufschreiben seiner Geschichte flüchtet Michael sich), dadurch aber letztendlich auch keine Erlösung erfolgen kann. Häufig wird auch in der Literaturwissenschaft gelobt, dass *Der Vorleser* am Ende keine eindeutige Lösung anbietet, stattdessen aber eine Reihe von Fragen an den Leser zurückgibt.<sup>612</sup>

Von Bedeutung für den Erfolg ist auch, wie Schödel richtig anmerkt, dass der *Vorleser* einen „erkennbaren“ Plot hat, dem der Leser problemlos folgen kann, nutzt Schlink doch außer der Nacherzählung im Gerichtssaal keine anderen Pro- oder Analepsen, erzählt im Gegenteil die Handlung aus Michaels Sicht chronologisch. Weiter macht Schödel strukturelle Erfolgselemente aus: „Der Beginn mit einer Liebesgeschichte und die enthüllende Struktur des Romans haben sicherlich zu seinem großen Erfolg beim Lesepublikum beigetragen.“<sup>613</sup> Deutlich zeigt sich hier auch die Referenz zum Genre der Kriminalliteratur und Detektivgeschichte, der Schlink in seinen Werken (häufig) verhaftet bleibt. Stets gilt es, ein Geheimnis zu lüften, was als Spannungsbogen für den Leser aufgebaut wird. Jedoch – und dies ist bizarrerweise nicht nur in der Forschung, sondern ebenfalls in den Rezensionen der Tageszeitungen zu verzeichnen, wird im Falle des *Vorlesers* das zu entdeckende Geheimnis um Hannas Vergangenheit und ihres Analphabetismus stets gelüftet. Hat der Leser also die Kritik vor dem Buch gelesen – was häufig der Fall sein wird – so ist er um das Spannungselement der Enthüllung bereits gewahr, liest das Buch folglich nicht mehr aus dieser Motivation heraus.

---

<sup>611</sup> Guido Graf: „Was ist die Luft unserer Luft?“ *Die Gegenwart der Vergangenheit in neuen deutschen Romanen*, in: Wieland Freund, Winfried Freund (Hrsg.): *Der deutsche Roman der Gegenwart*, München 2001, S. 17-28, hier S. 24. Auch Bluhm sieht in dem Text einen Bildungsroman: Lothar Bluhm: „Die Würde des Menschen ist unantastbar.“ *Anmerkungen zu Bernhard Schlinks Roman „Der Vorleser“*, in: Volker Wehdeking, Anne-Marie Corbin (Hrsg.): *Deutschsprachige Erzählprosa seit 1990 im europäischen Kontext. Interpretationen, Intertextualität, Rezeption*, Trier 2003, S. 149-161, hier S. 161.

<sup>612</sup> So etwa Graf: „Was ist die Luft unserer Luft?“, S. 23.

<sup>613</sup> Schödel: *Jenseits der political correctness*, S. 309.

Bluhm nennt sowohl die Liebesbeziehung mit dem großen Altersunterschied als auch das Genre der sogenannten „Holocaust fiction“ als Erfolgsfaktor.<sup>614</sup> Dieses Genre verweist wiederum auf den Trend der 1990er Jahre, der die Darstellung der Täter in einem moderateren Blickwinkel thematisierte. Doch genau diese Thematik und die Darstellung der Täter des Dritten Reichs lösten 2002 eine Debatte aus. Dazu erschienen diverse Aufsätze, die häufig Vergleiche mit anderen kontroversen Werken ziehen, die zur selben Zeit erschienen (etwa Martin Walsers *Ein springender Brunnen* oder Günter Grass' *Im Krebsgang*). Deutlich wird daraus, dass diese Problematik kein Einzelfall ist, sondern ein Trend, dem mehrere Autoren folgten.

Manfred Durzak kritisiert das Ende des Romans als

problematische[n] Punkt von Schlinks Konstruktion, die idealistische Überzeugung von der Wandlungsfähigkeit des Menschen, wenn er aus den blinden Verkettungszusammenhängen, Hannas Analphabetismus, herausgelöst wird, sich mit der Nahrung der Literatur der Erkenntnis öffnet, sich dadurch humanisiert und mündig, auch im Sinne der Einsicht der Schuld wird?<sup>615</sup>

Eben dieses Ende des Romans kann als Heroisierung der Protagonistin gelesen werden, der Schlink den Analphabetismus als Schutzmantel umlegt. Hanna Schmitz wird dabei zum Opfer ihres Defizits, die sich mithilfe der Literatur quasi selbst befreit und letztendlich den größten Schritt der Mündigkeit (Selbstbestimmung über das eigene Leben) unternimmt.

Hannas Analphabetismus als historische Möglichkeit wird jedoch hin und wieder in Frage gestellt. Problematisch ist dabei die Möglichkeit, dass sie ihr Handicap über so lange Zeit verstecken konnte. Auch Manfred Heigenmoser wundert sich:

Im überbürokratisierten Alltag des Konzentrationslagers war es einer KZ-Aufseherin unmöglich, ihr Analphabetentum über ein Jahr lang zu verheimlichen. Sie musste sowohl bei der Anstellung zahlreiche Formulare ausfüllen als auch während der Probezeit Texte lesen, Aufsätze und Diktate schreiben. Im Dienst war es dann eine der Hauptaufgaben, Meldungen über das >Fehlverhalten< von Häftlingen zu verfassen.<sup>616</sup>

Manfred Durzak bestätigt, dass die Gestaltung Hannas in Bezug auf ihren Analphabetismus fraglich ist, da eine allgemeine Schulpflicht in den 1920er und 1930er Jahren bestand.<sup>617</sup> Auch andere Forscher problematisieren die Stringenz der Hanna-

---

<sup>614</sup> Bluhm: „Die Würde des Menschen ist unantastbar“, S. 150.

<sup>615</sup> Manfred Durzak: *Opfer und Täter im Nationalsozialismus. Bernhard Schlinks Der Vorleser und Stephan Hermlins Die Kommandeuse*, in: *Literatur für Leser* 2000, Heft 4, S. 203-213, hier S. 207.

<sup>616</sup> Heigenmoser: *Erläuterungen und Dokumente*, S. 45.

<sup>617</sup> Durzak: *Opfer und Täter*, S. 209.

Figur hinsichtlich ihres Mangels.<sup>618</sup> In einem historischen Kontext betrachtet, ist Hannas Analphabetismus folglich kaum zu verstecken gewesen; hinzu kommen noch weitere Argumente, wie etwa die Frage, wie sie die Fahrkarten lesen konnte oder Mietverträge unterschreiben sollte und wie konnte sie Rechnungen begleichen? Hier entstehen logische Lücken in der Figurenkonzeption, die meist jedoch nur den Forschern, nicht aber den Kritikern auffallen.

Weitere wissenschaftliche Aufsätze stellen eine Entlastung der Täter fest: Hanna Schmitz' Darstellung als Opfer – einerseits durch die Anschuldigungen der Mitangeklagten, andererseits durch ihren Analphabetismus – macht sie dem Leser nicht nur sympathisch, sondern er mag gar geneigt sein, sie gänzlich als Opfer zu sehen.<sup>619</sup>

Beinahe entschuldigend argumentiert Klaus Lüderssen gegen den Vorwurf der Verharmlosung des Holocausts: Er kritisiert die Rezensionen, welche „die Bemühungen um individualisierendes Verstehen eo ipso als Verharmlosungen deuten.“<sup>620</sup> Diesen Aspekt der Individualisierung, der Nachzeichnung persönlicher Schicksale und Entscheidungen bekräftigt der Autor selbst, indem er die Menschlichkeit an den Tätern als inhärent wichtig formuliert:

Dass in Hanna Schmitz die Täterin zur Heldin werde und ein inakzeptables menschliches Antlitz gewinne - mit diesem Vorwurf lebe ich, seit das Buch erschienen ist. Aber wenn die Täter immer Monster wären, wäre die Welt einfach. Sie sind es nicht. Meine Generation hat das vielfach erlebt, beim Lehrer oder Professor, beim Pfarrer oder Arzt, beim Onkel oder sogar Vater, über deren Vergangenheit eines Tages offenbar wurde, was ganz und gar nicht zum Respekt, zur Bewunderung oder sogar zur Liebe passte, die das Verhältnis bestimmt hatte.<sup>621</sup>

Eine ähnliche Formulierung findet sich in einem Interview mit dem Autor: „Wenn die Täter Monster gewesen wären, hätten wir ja kein Problem. Mit Monstern haben wir nichts gemein, man kann sie sich vom Leib halten. Gerade dass die Täter keine Monster waren, macht die Sache so vertrackt.“<sup>622</sup> Darin präsentiert sich das Hauptanliegen, die Schilderung der Täter als Menschen (nicht primär als Opfer), die aus unterschiedlichen

---

<sup>618</sup> Vgl. auch Kristina Brazaitis: *What would you have done? The dilemma of the Reader*, in: *Journal of Genocide Research* 2004, 6(4) December, S. 583-599, hier S. 589.

<sup>619</sup> Vgl. Thomas Rothschild: *Unschuldig schuldig? Bernhard Schlinks Hanna Schmitz und Ödön von Horváths Sladek*, in: Stefan Hermes, Amir Muhić (Hrsg.): *Täter als Opfer? Deutschsprachige Literatur zu Krieg und Vertreibung im 20. Jahrhundert* (POETICA – Schriften zur Literaturwissenschaft, Band 100), Hamburg 2007, S. 115-128. Interessant ist Rothschilds Argument, der *Vorleser* hätte anfänglich nicht viel Aufsehen erregt, da Hannas Opferrolle scheinbar einfacher aufzunehmen ist, als etwa die negative Darstellung eines Juden wie in Martin Walsers *Tod eines Kritikers*.

<sup>620</sup> Klaus Lüderssen: *Die Wahrheit des „Vorlesers“*, in: Stephan Braese (Hrsg.): *Rechenschaften. Juristischer und literarischer Diskurs in der Auseinandersetzung mit den NS-Massenverbrechen*, Göttingen 2004, S. 165-176, hier S. 171.

<sup>621</sup> Kilb: *Herr Schlink, ist „Der Vorleser“ Geschichte?*

<sup>622</sup> Kübler: *Als Deutscher im Ausland wird man gestellt*.

Gründen und in unterschiedlichem Ausmaß an den Taten der NS-Zeit beteiligt waren. Hanna Schmitz mag dafür einen gewagten Einzelfall darstellen. Lüderssen plädiert jedoch genau dafür, dass der Roman „die Basis für eine Holocaust-Forschung sein [könnte], die vor den Erfahrungen des äußersten Individuellen auch bei den Tätern nicht zurückschreckt.“<sup>623</sup> Fiktive Literatur soll hier als Forschungsgrundlage für die Entscheidungssituationen der Täter dienen. Die Vermischung von Realität und Fiktion scheint dabei unwichtig.

Im Gegensatz zu all diesen Aufsätzen und Monografien führt Moritz Baßler polemisch in den Roman und dessen Erfolge ein:

Schlink, Jahrgang 1944, im Hauptberuf erfolgreicher Jurist, zuvor Autor von Kriminalromanen, kann die Forderungen aus dem Literaturstreit Anfang der 90er endlich auf internationalem Niveau erfüllen. Von diesem schönen Erfolg nicht zu trennen ist – wieder einmal – der unbekümmerte Umgang mit dem Gegenstand Nazizeit.<sup>624</sup>

Baßler verweist hier eindeutig auf den Literaturstreit um Christa Wolf. In diesem sogenannten deutsch-deutschen Literaturstreit wurde der Umgang mit dem Totalitarismus in der DDR und der Nazizeit diskutiert. Zwar identifiziert Baßler Schlinks Roman als Lösung dafür, jedoch diskreditiert er seinen Vorschlag sogleich, beschreibt Baßler doch den *Vorleser* als trivial,<sup>625</sup> wodurch dieser sich kaum als adäquate Lösung des Streits anbieten kann. Generell kritisiert er den Roman, hält den Text für „wohlgeplottet[...]“ und dabei die Sprache wenig genutzt. Er vermeint sogar, eine Verselbständigung der Verallgemeinerung gegen die Intention des Autors verzeichnen zu können.<sup>626</sup>

In den literaturwissenschaftlichen Aufsätzen werden auch – ganz ähnlich wie in den oben analysierten Rezensionen – Meinungen zur Qualität des Textes geäußert; als Beispiel wird hier Kathrin Schödel zitiert: „Bernhard Schlinks kurzer, stilistisch schlichter und eminent lesbarer Roman kann zunächst auch solche LeserInnen fesseln, die meinen, sie hätten genug von der Vergangenheitsbewältigung.“<sup>627</sup> Schödel bewertet hier eindeutig den Roman, obwohl sie sich in einem wissenschaftlichen Kontext damit auseinandersetzt. Damit einher geht offensichtlich auch eine Form der Rechtfertigung

---

<sup>623</sup> Lüderssen: *Die Wahrheit des „Vorlesers“*, S. 174.

<sup>624</sup> Moritz Baßler: *Der deutsche Pop-Roman. Die neuen Archivisten*, München 2002, S. 71.

<sup>625</sup> „Solche erfolgreichen, trivialliterarischen bzw. Hollywood-Muster sind dabei, wie gezeigt, nicht Spielmaterial, sondern zwangsläufiger Effekt eines >realistischen< Verfahrens, das sich selbst für zeitlos hält.“ Baßler: *Der deutsche Pop-Roman*, S. 76.

<sup>626</sup> Baßler: *Der deutsche Pop-Roman*, S. 89.

<sup>627</sup> Schödel: *Jenseits der political correctness*, S. 309.

für die Auseinandersetzung mit dem *Vorleser* (einem Buch aus der Unterhaltungsliteratur) innerhalb der Literaturwissenschaft.

Die Beispiele aus den wissenschaftlichen Arbeiten zeigen, wie wichtig auch hier die Biografie des Autors zur Interpretation des *Vorlesers* ist. Ebenfalls zeichnet sich mit Ausnahme der Kritik an der Darstellung der Hanna-Figur und Baßlers sarkastischer Argumentation eine positive Aufnahme des Romans in wissenschaftlichen Bereichen ab. Eben diese Reaktionen ermöglichten, dass der Roman und der Autor ihr positives Renommee steigern konnten, was wiederum neue Leser akquirierte und den Einzug des *Vorlesers* in den Universitätskanon vorbereitete.

#### 2.2.1.8. Weiterverwertung

Die Rechte und Lizenzen bei Bestsellern werden häufig weiterverwertet. Auch Schlinks Text wurde adaptiert, sowohl als Theaterstück als auch als Film. Diese Formen bringen Verlag und Autor auf doppelte Weise Geld; werden doch einerseits bestimmte Rechte verkauft, andererseits durch die Produktionen und den entsprechenden Medienrummel wiederum Bücher abgesetzt.

Zum Erscheinen des Hörbuchs des Romans, gelesen von Hans Korte, erscheinen in einigen Zeitungen auch dazu positive Rezensionen. In einer knappen Empfehlung in der *Neuen Zürcher Zeitung* etwa wird das Buch als „Weltbestseller“ gelobt, bei diesem „dramaturgisch souveränen Roman“ werden die Revisionismusvorwürfe nur in Klammern angeführt.<sup>628</sup>

In Deutschland kommt es bereits 1998 zu einer Adaptation für das Theater: Georg Immelmann schreibt das Drehbuch für ein Zwei-Personen-Stück, das unter der Regie von Mirjam Neidhart bei den Domfestspielen von Bad Gandersheim uraufgeführt wird.<sup>629</sup>

Im Sommer 2002 wird *Der Vorleser* als Lektüre für die Aktion „Eine Stadt liest ein Buch“ unabhängig voneinander in Bad Hersfeld und Potsdam gewählt. Anzumerken ist hierbei, dass in Bad Hersfeld zwei Buchgroßhändler ansässig sind, nämlich *Amazon* und *Libri*. Beide erhoffen sich (gemeinsam mit den Buchhändlern in der Umgebung) eine verstärkte Nachfrage nach dem Erfolgsbuch. Auch *Diogenes* selbst stellt für diese Veranstaltung in Potsdam 160 Freixemplare zur Verfügung.<sup>630</sup> Verknüpft ist diese Aktion mit zahlreichen Rabatt- und Sonderaktionen, die mehr Kunden zum Kauf und

---

<sup>628</sup> CZZ: „*Der Vorleser*“ vorgelesen, in: *Neue Zürcher Zeitung* vom 30.11.2005.

<sup>629</sup> Heigenmoser: *Erläuterungen und Dokumente*, S. 111. Die Uraufführung fand am 04.07.1998 statt.

<sup>630</sup> Vgl. hierzu und zur Aktion: Blomberg, Katja: *Ein „Vorleser“ für alle*, in: Homepage von *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, URL: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/literatur-ein-vorleser-fuer-alle-170763.html> (letzter Zugriff: 09.09.2012).

zur Lektüre des Romans animieren sollen. So wird etwa, wer ein bestimmtes Café mit dem Roman in der Hand betritt, mit einem Rabatt auf ein Getränk gelockt. Darüber hinaus gibt es Zuschüsse für Werbezettel und Freiexemplare von den Buchhändlern. In der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* wird Verständnis für die Wahl der Lektüre aufgebracht:

Schon oberflächlich betrachtet, scheint dieses Buch genau jene Mischung zu bieten, die jugendliche wie auch ältere Leser gleichermaßen interessieren könnte: ein bisschen Sex, ein bisschen deutsche Geschichte, ein bisschen Tragödie, ein bisschen was fürs Herz und für den Verstand – und dann auch noch politisch korrekt.<sup>631</sup>

Interessanterweise wird dem Buch zu diesem Zeitpunkt noch politische Korrektheit unterstellt (veröffentlicht wurde der Artikel am 12.07.2002), kommt es doch fast gleichzeitig genau aus diesem Grund zur Debatte und zur Infragestellung der Präsentation Hannas. Und auch Schlink selbst befindet seinen Roman nicht politisch korrekt.

Die Problematik des Holocausts und der Schuldverstrickung der Nachgeborenen bieten den Roman scheinbar als Schullektüre an. Das Buch *Der Vorleser* ist nicht nur Abiturthema in diversen Bundesländern, es soll sogar im Fremdsprachenunterricht benutzt werden, dabei wird gleichzeitig ein landeskundliches Thema bearbeitet.<sup>632</sup>

Im Jahr 2000 werden auch die Filmrechte an *Miramax* verkauft,<sup>633</sup> was eine Hollywood-Verfilmung mit hohen Einnahmen verspricht. Bis das Buch verfilmt wurde, dauerte es jedoch weitere neun Jahre. Dieser Film wurde ebenfalls positiv von der Kritik aufgenommen. Jedoch galt ein Großteil des Lobes den schauspielerischen Leistungen (v.a. von Kate Winslet, die mit einem Oscar für die Rolle der Hanna Schmitz ausgezeichnet wurde). Nochmals in die Bestsellerlisten kam das Buch eindeutig aufgrund der Verfilmung, die selbst auch ein finanzieller Erfolg war. Dass Verkaufszahlen in diesem Fall mit der Verfilmung zusammenhängen, zeigt die folgende Auflistung:

---

<sup>631</sup> Blomberg: *Ein „Vorleser“ für alle*.

<sup>632</sup> Hierfür plädiert z. B. Koppensteiner: *Bernhard Schlinks Roman Der Vorleser*.

<sup>633</sup> Vgl. Heigenmoser: *Erläuterungen und Dokumente*, S. 112.



| Ausgabe<br>Buchreport | Platzierung<br>auf der<br>Bestsellerliste | Ausgabe<br>Buchreport | Platzierung<br>auf der<br>Bestsellerliste | Ausgabe<br>Buchreport | Platzierung<br>auf der<br>Bestsellerliste |
|-----------------------|---|-----------------------|---|-----------------------|---|
| 3/2009                | 24  | 10/2009               | 2   | 17/2009               | 6   |
| 4/2009                | 15  | 11/2009               | 2   | 18/2009               | 3   |
| 5/2009                | 12  | 12/2009               | 2   | 19/2009               | 7   |
| 6/2009                | 14  | 13/2009               | 2   | 20/2009               | 9   |
| 7/2009                | 3   | 14/2009               | 3   | 21/2009               | 9   |
| 8/2009                | 4   | 15/2009               | 3   | 22/2009               | 19  |
| 9/2009                | 3   | 16/2009               | 5   | 23/2009               | 20  |

Abbildung 14: Listenplatzierung des Romans *Der Vorleser* zum zeitgleichen Erscheinen des Films.<sup>634</sup>

Der Film kam in Deutschland am 26.02.2009 in die Kinos,<sup>635</sup> gleichzeitig dazu erklimmt der Roman die vordersten Plätze der Bestsellerliste. Der *Diogenes* Verlag versieht die Taschenbuchausgabe zeitgleich mit einem aufgeklebten Halbumschlag, der das Filmplakat zeigt. Dies dient primär dazu, den Kunden mittels des Wiedererkennungseffekts auf den Titel aufmerksam zu machen, Roman und Film in Verbindung zu bringen und das Buch letztendlich zu kaufen.<sup>636</sup>

Als 2009 das ZDF eine neue Büchersendung mit dem Titel „Die Vorleser“ lancierte, wurde über den Titel und dessen Nähe zu Schlinks Roman diskutiert. Jedoch verneinte das ZDF diesen Zusammenhang, ergänzte aber, dass ihnen „die Nähe zu diesen exzellenten Büchern nicht unangenehm wäre“.<sup>637</sup>

Alle diese Aktionen der Weiterverwertung brachten nicht nur monetären Erfolg durch den Verkauf von Lizenzen oder die gesteigerte Nachfrage des Romans selbst, auch das Renommee von Autor und Text wurde dadurch gesteigert.

### 2.2.2. Internationaler Erfolg

*Der Vorleser* wurde in mehr als 40 Sprachen übersetzt und erhielt internationale Auszeichnungen: 1997 wird ihm der Grinzane-Cavour-Preis (Italien) verliehen, gemeinsam mit dem Übersetzer Bernard Lortholary erhielt der Autor auch den Prix Laure Bataillon (Frankreich). Die japanische Tageszeitung *Mainichi Shinbun* verleiht Schlink 2000 den Sonderkulturpreis, der jährlich an einen japanischen Buchbestseller

<sup>634</sup> In Anlehnung an: o. V.: *Bestseller Einzelansicht. Der Vorleser*, in: *Homepage von Buchreport*, URL: [http://www.buchreport.de/bestseller/bestseller\\_einzelansicht.htm?tx\\_bestseller\\_pi1\[isbn\]=9783257229530](http://www.buchreport.de/bestseller/bestseller_einzelansicht.htm?tx_bestseller_pi1[isbn]=9783257229530) (letzter Zugriff am 17.09.2012). Konkurrenz hatte der Roman von den Vampir-Büchern von Stephenie Meyer, *Bis(s) zum Ende der Nacht* belegte auf der Bestsellerliste 10/2009 und folgend den ersten Platz.

<sup>635</sup> Kurz darauf folgten auch Österreich (27.02.2009) und die Schweiz (05.03.2009).

<sup>636</sup> Schlink selbst unterstützt diese Handlung. Siehe dazu das Interview im Anhang auf S. 290f.

<sup>637</sup> Peter Arens: *Die Vorleser kommen!* In: *Homepage von ZDF*, URL: <http://vorleser.zdf.de/ZDFde/inhalt/7/0,1872,7600071,00.html> (letzter Zugriff am 13.12.2010).

vergeben wird. Im darauffolgenden Jahr wird der Schriftsteller zum „Chevalier dans l'Ordre de la Légion d'Honneur“ ernannt, außerdem erhält er den finnischen Literaturpreis „Eeva Joenpelto-Preis“ der Gemeinde Lohja.<sup>638</sup>

Positive Kritiken erfuhr der Roman auch in Frankreich, wo *Der Vorleser* 1996 bei *Gallimard* erschien.<sup>639</sup> Dass das Buch bereits ein Jahr nach der Erstveröffentlichung in Frankreich und sogleich bei einem der renommiertesten Verlage des Landes herauskam, unterstreichen die Erwartungen, die in den Roman gelegt wurden. Das Buch ist auch hier ein Erfolg, steht es doch bereits 1997 auf dem dritten Platz der bestverkauften ausländischen Bücher innerhalb des ersten Halbjahres in der Sommerausgabe des Literaturmagazins *Lire*.<sup>640</sup>

Die folgenden beiden Abschnitte zeigen die Zusammenhänge des Erfolgs in Großbritannien, den USA und China auf.<sup>641</sup>

#### 2.2.2.1. USA und Großbritannien

Dass *Der Vorleser* die vordersten Ränge der deutschen Bestsellerlisten erklimmt, ist auch seinem Erfolg in den USA zuzuschreiben.<sup>642</sup> Die erste Übersetzung ins Englische erschien 1997. In den USA wurde *Der Vorleser* als Hardcover bei *Pantheon* und als Taschenbuch bei *Vintage international* verlegt. Bis April 1999 waren 750.000 Exemplare in den USA und in Großbritannien 200.000 verkauft worden. Bis Januar 2000 waren 1,8 Millionen Exemplare in Englisch über die Ladentische gegangen.<sup>643</sup> In Großbritannien stand *Der Vorleser* 1999 als erster deutscher Roman auf der britischen Jahresbestsellerliste für Belletristik (Platz 71).<sup>644</sup>

Ähnlich wie in Deutschland wurde auch in den USA und Großbritannien eine Weiterverwertung des Romans vorgenommen. Neben dem bereits oben erwähnten Film, existiert auch eine Bühnenfassung: Bei den Edinburgher Festspielen 2000 führt die schottische Theatergruppe *Borderline* eine Bühnenfassung des Romans auf,<sup>645</sup> diese wird 2006 auch in den USA gespielt. Auch dadurch wird deutlich, dass versucht wird,

---

<sup>638</sup> Vgl. Pressedossier des Diogenes Verlag.

<sup>639</sup> Vgl. Heigenmoser: *Erläuterungen und Dokumente*, S. 107 und S. 111.

<sup>640</sup> Vgl. Heigenmoser: *Erläuterungen und Dokumente*, S. 111.

<sup>641</sup> Ein Aufsatz zur Betrachtung internationaler Rezensionen zum *Vorleser* existiert bereits, jedoch ist er relativ knapp gehalten, er bietet vielmehr einen Aufriss. Vgl.: Pietrzycka-Isid: *Referenzrahmen und kultureller Code in der Rezeption von Bernhard Schlinks Der Vorleser*.

<sup>642</sup> Kampa: *Diogenes*, S. 559.

<sup>643</sup> Taberner: *Introduction*, S. 10.

<sup>644</sup> Vgl.: Eva Mathes: *Bernhard Schlink. Der Vorleser*, in: Hans Vilmar Geppert und Hubert Zapf (Hrsg.): *Große Werke der Literatur*, Band X. Eine Ringvorlesung an der Universität Augsburg 2006/07, Tübingen 2007, S. 241-255, hier S. 252.

<sup>645</sup> Der Dramatiker Chris Dolan schreibt die Bühnenfassung. Vgl. Heigenmoser: *Dokumente und Erläuterungen*, S. 112.

das Stück einem möglichst breiten Publikum zugänglich zu machen beziehungsweise der Roman muss zu diesem Zeitpunkt bereits vielen Menschen bekannt sein.

Den Status des internationalen Bestsellers erhielt *Der Vorleser* aufgrund seines enormen Erfolgs in den USA. Hervorgerufen wurde dieser primär durch die Empfehlung des Romans in der Oprah Winfrey Show sowie den Auftritt des Autors in der Sendung. Bernhard Schlink war der erste deutsche Autor, den Oprah Winfrey in ihre Sendung einlud. Am 30. März 1999 wurde die Folge ausgestrahlt, kurz darauf schaffte *The Reader* es in den USA als erster deutscher Titel an die Spitze der Bestsellerliste der *New York Times*. Auf weiteren Bestsellerlisten ist das Buch zu finden, etwa *Publishers Weekly* und *Amazon*. Oprahs Book Club erreicht bis zu 40 Millionen Zuschauer, ihre Empfehlungen werden sehr ernst genommen.<sup>646</sup> Vor allem Winfreys Lesart des sexuellen Missbrauchs der Mädchen im Konzentrationslager in Verbindung mit der NS-Thematik können als Gründe für den Erfolg in den USA gedeutet werden. Deutschland (und damit auch alle kulturellen Erzeugnisse wie Literatur, Film etc.) wird in Amerika meist mit dem Dritten Reich in Verbindung gebracht.<sup>647</sup>

In den USA stand in den Diskussionen über den *Vorleser* in Oprah Winfreys TV-Show 1999 dieser sexuelle Missbrauch eines minderjährigen Jungen durch eine reife Frau zunächst im Mittelpunkt. Bernhard Schlink antwortete auf die Frage, „warum diese Liebe nicht als Kindesmißbrauch zu begreifen“ sei, mit dem Hinweis, dass er das „ungleiche Verhältnis als Metapher zwischen der ersten und zweiten Holocaust-Generation“ verstanden habe.<sup>648</sup>

Es war also in erster Linie weniger die Thematik des Holocausts oder die Inschutznahme der Täterin, die das Aufsehen erregt, vielmehr interessierte sich das Publikum für das Tabu der Sexualität zwischen einer älteren Frau und einem Minderjährigen. Dass Michael selbst sein Alter verheimlicht als Hanna ihn zwei Jahre älter schätzt scheint unwichtig.

Während in den USA das Medium des Fernsehens zu Schlinks Erfolg beitrug, wurde in Großbritannien im Jahr 2002 durch einen Leserbrief eine intensive Diskussion um den *Vorleser* losgetreten. Frederic Raphael verweist nach dem Erscheinen einer Rezension zur englischen Übersetzung von *Liebesfluchten* auf die „silly“ Handlung im *Vorleser* und kritisiert Schlinks Roman: „Schlink's fiction – its vocabulary, its magisterial simplifications its spurious altruism – is the poisonous fruit of canting condescension:

---

<sup>646</sup> Heigenmoser: *Erläuterungen und Dokumente*, S. 111f.

<sup>647</sup> Verwiesen sei hier auf auch die Oscars, die lediglich an drei deutsche Produktionen gingen, die allesamt etwas mit der „Vergangenheitsschuld“ zu tun haben.

<sup>648</sup> Heigenmoser: *Erläuterungen und Dokumente*, S. 11f.

the fraudulent use of „art“ to preen oneself.“<sup>649</sup> Stark auf inhaltliche und historische Aspekte fokussiert, klagt Jeremy Adler in einem Raphael zustimmenden Leserbrief an den *Times Literary Supplement* den Text der „Kulturpornographie“ an.<sup>650</sup> Dabei kritisiert er vor allem die Verwendung von Klischees und die verfälschte Darstellung der Geschichte. Im ersten Teil des Romans vermeint er eine „Verbindung zwischen 'Kultur' und 'Barbarei'“ festzustellen, da Hanna mit Vorliebe den Klassikern der deutschen Literatur lauscht, gleichzeitig aber an den brutalen Massenmorden der NS-Zeit beteiligt war. Adler erkennt, dass Schlink der Literatur eine „heilende Kraft“ unterschiebt, verzeichnet diese allerdings nur bei der Protagonistin, wohingegen sich auch die überlebende Tochter aus der brennenden Kirche und der Erzähler selbst Heilung und Erlösung durch das Aufschreiben ihrer Geschichten erhoffen. Fast kann Schlink unterstellt werden, dass er Literatur mit Moralität gleichsetzt, scheint Hanna doch erst nach der eigenen Lektüre diverser Bücher ihre Schuld zu erkennen und die Konsequenz daraus zu ziehen. Ein weiterer Kritikpunkt Adlers ist die Erzählperspektive: Durch die Filterung der Geschehnisse mittels Michaels Subjektivität scheint der Erzähler aus der Verantwortung enthoben, die Ungereimtheiten oder geschichtlichen Unverhältnismäßigkeiten dürfen somit nicht in Frage gestellt werden. *Der Vorleser* ist eine

Erzählung, die logisch unmöglich, historisch falsch und moralisch pervers ist: [...] ein Deutschland nach dem Krieg, das nicht von Bomben und Mangel gezeichnet ist. Eine Straßenbahnschaffnerin, die die Fahrkarten nicht lesen kann, die sie selbst verkauft. Ein Knabe, der „Krieg und Frieden“ von der ersten bis zur letzten Seite laut vorliest, mit einer Geschwindigkeit von dreißig Seiten pro Stunde. Ein Todesmarsch, auf dem die SS die Schwachen nicht erschießt, sondern sich wie eine reguläre Einheit verhält und jeden Abend einen ordentlichen Bericht abliefern.<sup>651</sup>

Diese Auflistung verweist auf einige inhaltliche und logische Ungereimtheiten, die aber allesamt den Plot stützen, die Geschichte in dieser Form erst ermöglichen. Dies führt zu dem Argument der Geschichtsfälschung, was vor allem in Großbritannien kritisiert wurde. Die Veränderung historischer Tatsachen stößt hier auf Gegenwehr.

Weiter beanstandet Adler das andauernde Selbstmitleid der Figuren gepaart mit dem „moralischen Autismus“ des Erzählers. Seine Kritik greift weiter, verweist nicht nur auf die oberflächlichen Gegebenheiten, sondern erkennt logische und moralische Lücken.

<sup>649</sup> Frederic Raphael: *Letters to the Editor*, in: *Times Literary Supplement* vom 08.03.2002.

<sup>650</sup> Jeremy Adler: *Letters to the Editor*, in: *Times Literary Supplement* vom 22.03.2002. Der Artikel ist auch auf Deutsch erschienen: Jeremy Adler: *Die Kunst, Mitleid mit den Mördern zu erzwingen*, in: *Süddeutsche Zeitung* vom 20.04.2002.

<sup>651</sup> Adler: *Die Kunst, Mitleid mit den Mördern zu erzwingen*.

Zum Vorwurf der Geschichtsfälschung ist daran zu erinnern, dass es sich bei dem Buch um einen Roman handelt, der zwar teilweise auf realhistorische Geschehnisse zurückgreift, generell aber fiktiv ist. Der Anspruch einer authentischen Wiedergabe von Ereignissen verbirgt sich nicht in der Erzählung. Prekär ist jedoch die Erkenntnis der „selbstgerechte[n] Instrumentalisierung des Opfers“, die den Vorwurf birgt, dass die Gefangenen sich den Tätern unterworfen hätten, was unterschwellig auf die (fehlende) Darstellung der eigentlichen Opfer verweist. Diese kommen im Roman lediglich in der Nacherzählung der Geschehnisse in der brennenden Kirche sowie beim Prozess in Person der überlebenden Tochter vor. Letztere wird äußerst kühl und distanziert beschrieben, was dem Leser ein eher negatives Bild bietet und dadurch Sympathie verwehrt. Verglichen mit den realhistorischen Prozessen in Frankfurt wird der Prozess im Text mit einer „gepflegten Distanz gegenüber dem Grauen“ geschildert. Adler bemängelt hierbei auch, dass bei den Verhandlungen nicht auf die Selektionsprozesse eingegangen wird, sondern hauptsächlich auf die mangelnde Hilfeleistung in der brennenden Kirche, was den Aufseherinnen den Vorwurf unterstellt, nicht als Retter in Erscheinung getreten zu sein.

Jeremy Adler sieht eine Gefahr in dem Buch, insofern es als Schullektüre einen verfälschten Blick auf die historischen Ereignisse wirft, dabei die Opfer- und Täterrollen vertauscht und letztendlich eine Versöhnung ermöglicht. Den Erfolg macht er an der Vereinfachung der Geschichte fest, die einer breiten Leserschaft den Zugang sichert, dabei die Argumente der „mitleidigen Liberalen“ (die sich eine weniger grausame Auslöschung des Judentums erwünscht hatten) und der „verkappten Nationalsozialisten“ (die die NS-Verbrechen leugnen) unterstützt. „[D]ass dieser Reißer von einem deutschen Richter ausgebrütet wurde“, unterstreicht die Gefahr, die Adler in dem Text sieht, und verweist gleichzeitig auf den Beruf des Autors. Adlers Rezension argumentiert hauptsächlich inhaltlich, der Autor als Person kommt lediglich in diesem Schlusssatz vor. Dabei enthebt eben jener Satz die gesamte Legitimierungsstrategie der deutschen Kritiker, die doch gerade durch Schlinks Beruf eine Rechtfertigung für die Darstellung von Opfer und Täter sahen.

Adlers Kritik wurde auch von anderen Kritikern und Wissenschaftlern aufgegriffen, teilweise wird darin sogar eine Marketingstrategie erkannt:

Assessing the recent contretemps, Ulrich Baron strikes a curiously defensive if not cynical pose, suggesting that Adler and company simply envy Schlink his “Welterfolg”; that the episode merely proves the effete-ness of literary criticism in the face of an overwhelming media success; and finally that the real motive behind the efforts of the

*Süddeutsche Zeitung* (where Adler's piece appeared) and *Der Spiegel* was essentially commercial.<sup>652</sup>

Vergleichbar mit den wissenschaftlichen Beiträgen und den Kritiken in Deutschland werden auch den internationalen Rezensionen Aussagen des Autors beigegeben, die sich teilweise explizit auf den Text beziehen (etwa die Erklärung Schlinks, dass Hannas Selbstmord „a last final step in her withdrawal from the outer world“<sup>653</sup> markiert), andernteils rein autobiografische Erlebnisse (der Werdegang von Schlinks Eltern, Schlinks Aussagen über seinen Englischlehrer, der Mitglied der NS war)<sup>654</sup> aufgreifen. Ähnlichkeiten zeigen sich auch in der meist positiven Aufnahme des Romans. Exemplarisch sei hier Antonia S. Byatt zitiert: „The reader is a precisely and beautifully constructed fable about guilt, public and private. It is, like its narrator, meticulous, reflective and intelligent. It is also full of what Henry James called “felt life,” urgent, messy and painful.“<sup>655</sup> Generell setzen sich die Rezensionen auch im angelsächsischen Raum aus einer meist chronologischen Zusammenfassung der Handlung zusammen, die das Ende des *Vorlesers* vorwegnehmen. Dazu kommt – wie in Deutschland – eine allegorische Leseweise, die Hanna als die Tätergeneration, Michael als Repräsentant der Nachgeborenen sieht.<sup>656</sup> Auch werden der Stil und die Schlichtheit der Schreibweise gelobt.<sup>657</sup> Meist wird auch hier ein Zusammenhang mit der Knappheit des Romans hergestellt: „The Reader is a short novel, just over 200 pages, written with deceptive simplicity, in the sparest prose.“<sup>658</sup>

Im Gegensatz zu Deutschland wird Schlink in den USA als unbekannter Schriftsteller den Lesern vorgestellt, dabei wird auch betont, dass diese Unbekanntheit in Kombination mit dem Erfolg äußerst ungewöhnlich sei: „It is a strange fact of literary life that suddenly a book comes along by an unknown author of such originality and power that it unites the seriously literary reader with the one-book-a-year purchaser, and creates an almost evangelical community. Such a book is *The Reader*.“<sup>659</sup>

---

<sup>652</sup> Donahue: *Revising '68*, S. 295.

<sup>653</sup> Dinitia Smith: *Seeking Guilt, Finding Fame. German's Novel of Nazi Era Becomes a U.S. Best Seller*, in: *The New York Times* vom 30. März 1999.

<sup>654</sup> Smith: *Seeking Guilt, Finding Fame*.

<sup>655</sup> Antonia S. Byatt: *The reader, once more*, in: *Prospect* April 1998, S. 70-71. Auch online: in: Homepage von *Prospect*, URL: <http://www.prospectmagazine.co.uk/1998/04/thereaderoncemore/> (letzter Zugriff am 09.09.2012).

<sup>656</sup> Vgl. dazu beispielsweise Gabriele Annan: *Thoughts about Hanna*, in: *London Review of Books* vom 30.10.1997, S. 22f.

<sup>657</sup> Annan: *Thoughts about Hanna*.

<sup>658</sup> Josephine Hart: *The Reader, The Writer*, in: *Telegraph Magazine* vom 19.09.1999, S. 60-64, auch online in: Homepage von *Josephine Hart*, URL: <http://josephinehart.co.uk/thereader.htm> (letzter Zugriff am 30.11.2010).

<sup>659</sup> Hart: *The Reader, The Writer*.

International wird dem Roman großer Erfolg eingeräumt, das spiegelt sich auch in den wissenschaftlichen Aufsätzen wider, die nicht umhinkommen, diesen Aspekt zu betonen.<sup>660</sup> Auffällig häufig wird der Roman auch in wissenschaftlichen Beiträgen als Bestseller proklamiert, so steht gleich in der ersten Zeile von Kristina Brazaitis' Aufsatz, *Der Vorleser* sei ein „sensational bestseller“.<sup>661</sup> Inhaltlich untersucht sie das Buch allerdings primär auf textimmanente Merkmale und vergleicht die fiktiven Ereignisse mit den real historischen. Für diese Untersuchung ist der Bestseller-Status des Textes jedoch unwichtig. Gleiches lässt sich an einem Aufsatz von Bill Niven aufzeigen: Auch er bestätigt, *Der Vorleser* habe „huge international success“<sup>662</sup> erlangt, obwohl diese Aussage für den Verlauf seiner Argumentation irrelevant ist.

In den USA fand *Der Vorleser* auch Einzug in die Universitäten, wie Corngold bestätigt: „*The Reader* [...] has inspired in America an interest and scrutiny at least as lively as in Germany. For example: in October 1998, twenty-five members of the faculty of Princeton University came voluntarily to a seminar convened in order to discuss Schlink's book.“<sup>663</sup> Darauf zu verweisen, dass 25 Akademiker an einem Seminar teilgenommen werden, erscheint mittlerweile untertrieben, lesen doch ganze Abiturjahrgänge in Deutschland den Roman. Und ebenfalls stellt Corngold wie seine deutschen Kollegen eine Relation zwischen Autor und Erzähler her:

The narrator, who is foregrounded as the teller of the story, is named Michael Berg, but he has a disturbingly intimate relation to the author Bernhard Schlink. In many respects they are the same person – both were born in 1944, and both became legal scholars who also write stories. In this way, the often opaque and apathetic narration, which might be chalked up to a kind of compositional awkwardness, becomes guaranteed by the *real* experience of the author, acquires the verisimilitude of speech of a *real* member of a group of young liberals who – while torn by their dislike of the noisy, cheaply-produced condemnation of the German past by their fellows, things set down in rage in so-called *Vaterliteratur* – at the same time feel obliged to testify. [...] On the other hand, important features of the narrator's biography do not match those of the author. Michael Berg does not himself figure as a published author; and unlike Schlink, who (according to the blurb on *The Reader*) is in real life a judge, Berg refuses to practice law. More than this, even as a private person, he refuses to judge.<sup>664</sup>

---

<sup>660</sup> So z. B. auch Erin McGlothlin: *Second Generation Holocaust Literature. Legacies of Survival and Perpetration*, Rochester, NY 2006, S. 203. Sie schreibt: „*Der Vorleser* has achieved enormous international success“.

<sup>661</sup> Brazaitis: *What would you have done?* S. 583.

<sup>662</sup> Bill Niven: *Bernhard Schlink's Der Vorleser and the Problem of Shame*, in: *The Modern Language Review*, Vol. 98 (2003), S. 381-396, hier S. 381.

<sup>663</sup> Stanley Corngold: „*Fürsorge beim Vorlesen*“: *Bernhard Schlink's Novel Der Vorleser*, in: Dieter Borchmeyer (Hrsg.): *Signatures der Gegenwartsliteratur. Festschrift für Walter Hinderer*, Würzburg 1999, S. 247-255, hier S. 247.

<sup>664</sup> Corngold: „*Fürsorge beim Vorlesen*“, S. 248.

Offensichtlich besteht ein großes Verlangen nach Authentizität, das scheinbar lediglich durch persönliche Erfahrungen des Autors befriedigt werden kann. Auch wird hier fälschlicherweise der Bezug zur Väterliteratur hergestellt. Weiter stellt Corngold die Frage nach dem sexuellen Missbrauch der Mädchen im KZ.<sup>665</sup>

Stuart Parkes setzt Autor und Erzähler beinahe gleich, schließt er doch anhand von Schlinks Geburtsdaten auf Michael Bergs.<sup>666</sup> Verwiesen wird auch auf Heidelberg und Mannheim, die Hauptschauplätze im Roman, gleichzeitig auch ehemalige Wohnorte des Autors.<sup>667</sup>

Ernestine Schlant, die eigentlich die gestörte beziehungsweise nicht vorhandene Kommunikation zwischen Michael Berg und Hanna Schmitz untersucht, fügt eine ganze Passage zum Leben des Schriftstellers ein:

Bernhard Schlink is a professor of law and a practicing judge; before his 1995 novel *The Reader* catapulted him into the best-seller ranks and international recognition, he had distinguished himself as the author of prize-winning crime novels. Born in 1944, Schlink belongs to the generation of the 1968ers, who published their autobiographical novels during the late 1970s and the 1980s. *The Reader* might be seen as a latter-day example of this trend. It shows a thorough acquaintance with all the issues addressed in the "literature about fathers and mothers" and recapitulates and simultaneously criticizes them.<sup>668</sup>

Die Einordnung Schlinks als einen Autor der sogenannten Väterliteratur ist jedoch falsch. Schlink prangert eben nicht die Eltern an (Michael Bergs Eltern waren im Dritten Reich keine Täter), seine Auseinandersetzung handelt vielmehr von der eigenen, selbstgewählten Verstrickung in die Vergangenheit. Kritik wird dabei an den Formen der Aufarbeitung und Verurteilung durch die 68er Generation geübt. Damit ordnet sich das Buch eben gerade nicht in den Trend der Väterliteratur ein, sondern in einen ganz anderen, nämlich den der 68er Kritik und der Verkehrung des Blickwinkels auf Täter und Opfer.

Weiter markiert Schlant ein inhaltliches und logisches Manko des Romans:

Illiteracy cannot serve as an explanation for cooperation in and committing criminal acts. If hiding her illiteracy is more important to Hanna than saving lives, and she can

---

<sup>665</sup> Corngold: „Fürsorge beim Vorlesen“, S. 250.

<sup>666</sup> „As Berg is approximately the same age as Schlink, who was born in 1944, the action extends from approximately 1960 to 1980s.“ Stuart Parkes: *The language of the past: recent prose works by Bernhard Schlink, Marcel Beyer, and Friedrich Christian Delius*, in: ders., Arthur Williams, Julian Preece (Hrsg.): 'Whose story?' – Continuities in contemporary German-language literature, Bern u. a. 1998, S. 115-131, hier S. 116.

<sup>667</sup> Parkes: *The language of the past*, S. 129, Endnote 3.

<sup>668</sup> Ernestine Schlant: *The Language of Silence. West German Literature and the Holocaust*, New York, London 1999, S. 209f.



enjoy being read to by victims who are marked for death, what kind of a person is she? But if illiteracy is not the explanation – and excuse – for Hanna's acts, then what function does it serve in the novel? At the very point where Schlink needs to make a strong case with respect to the Nazi crimes and those who perpetrated them, the novel is weakest.<sup>669</sup>

Damit äußert sie einen wichtigen Aspekt, der häufiger in der Literaturwissenschaft aufgegriffen wurde: Hannas Analphabetismus als Erklärung ihres Werdegangs ist zu schwach und logisch inkonsistent, sei es aus historischer Perspektive oder aus einem rein logischen Blickwinkel (wie konnte Hanna sich zurechtfinden? Musste sie zur Aufnahme bei der SS keine Formulare ausfüllen? Wie bezahlte sie Rechnungen? Wie verkaufte sie Fahrscheine oder konnte diese kontrollieren?).

Kritik an der Darstellung von Täter und Opfer wird auch in den USA verzeichnet. Dominick LaCapra äußert sich folgendermaßen:

Although it does not make technical use of free indirect style with respect to a perpetrator, *The Reader* does generate “middle-voiced”, equivocal empathy for a woman SS camp guard in a manner that marginalizes and obscures the plight of Jews and other victims. Jews are subjects of periodic allusions while Hanna is central to the narrator's concerns.<sup>670</sup>

Dieser Aspekt der Fokussierung auf Hanna als Konfliktelement für Michael macht deutlich, dass es sich nicht um die Problematik des Holocausts per se handelt, sondern um die Auseinandersetzung mit der Aufarbeitung durch die folgende Generation. Schlink geht es nicht um die Verbrechen der NS-Schergen, ihm ist es vielmehr um den Umgang mit den Tätern zu tun. Jedoch misslingt ihm dies in der Hinsicht, dass Hanna bestraft wird für etwas, das sie nicht getan haben kann. Daher auch der Vorwurf der Verharmlosung der Täter. Hanna hat zwar nicht den Bericht geschrieben, der ihr eine höhere Haftstrafe einbringt als den anderen Angeklagten, doch sie hat an Selektionen teilgenommen, im KZ als Aufseherin gearbeitet und Menschen bewusst in den Tod geschickt. Diese Aspekte kommen nur partiell zur Sprache im Roman. Auch in einem in der *Süddeutschen Zeitung* veröffentlichten Artikel von Lawrence Norfolk wird die Kritik deutlich:

Die strukturelle Integrität von „Der Vorleser“ ist so solide wie die des Parthenon, aber das ist die einzige Integrität, die das Buch besitzt. Es ist, wie die Kritiker im einzelnen dargelegt haben, historisch ungenau und moralisch unwahrscheinlich. Es manipuliert uns Leser an einen Punkt, wo wir Mitleid für ein Ungeheuer empfinden, und fordert uns dann heraus: Wagt ihr es, euch moralisch überlegen zu fühlen? Aber wer sind wir

---

<sup>669</sup> Schlant: *The language of Silence*, S. 213.

<sup>670</sup> Dominick LaCapra: *Writing History, Writing Trauma*, Baltimore, London 2001, S. 201.

denn, dass wir diese Frau verurteilen dürften? Wir haben den Vorteil, dass wir lesen können. Wenn sie nur auch hätte lesen können, dann wäre nichts von all dem Schlimmen geschehen. Dieser verführerische Gedanke spielt brillant-zynisch mit der liberalen Lieblingsvorstellung, dass eine gute Bildung den Menschen moralisch besser macht.<sup>671</sup>

Hier ist wieder die Anspielung auf Schlinks Aussage zu den Verbrechern, die keine Monster waren (vgl. S. 171 und 187), abzulesen.

Crownshaw unterstreicht die neue Blickweise des Schriftstellers auf die deutsche Vergangenheit: Der Roman „contrary to the critical consensus, stages an attempted identification with the perpetrator generation, that seeks to overcome this binarism of German cultural memory.“<sup>672</sup> Die Sympathie lenkung des Autors, der uns Hanna (durch Michaels subjektiven Blick betrachtet) als Protagonistin und nicht als Antagonistin präsentiert, ist jedoch nicht so durchgängig wie hier angenommen wird: Hannas dominante Art, ihre Wutausbrüche und Bestrafungsmethoden sowie ihr herrisches Auftreten zeigen bereits weniger positive Charakterzüge, die in Verbindung mit ihrem Schweigen über die eigene Vergangenheit und Herkunft den Leser stutzig machen sollten.<sup>673</sup> Die typische Schwarz-Weiß-Zeichnung des Täter-Opfer-Verhältnisses entfällt jedoch nicht, sie ist lediglich durch die Schilderungen einzig aus Michaels Sichtweise heraus verschwommen.

In einer Bearbeitung des Textes für Deutschlernende in Großbritannien schreibt Stuart Taberner, dass Schlink einer der wenigen deutschen Autoren des 20. Jahrhunderts sei, der sich „international recognition“ erfreuen könne.<sup>674</sup> Weiter versucht Taberner Gründe für den Erfolg des Romans ausfindig zu machen:

The unadorned elegance of its style, tone and language, its 'bestechende Aufrichtigkeit' (its 'infectious honesty', according to German newspaper critic Rainer Moritz), and, most important, its unusual, perhaps even shocking, juxtapositioning of the taboo seduction of an adolescent boy by an older woman with the revelation of her horrendous crimes as a Nazi concentration camp guard appealed across national divides.<sup>675</sup>

---

<sup>671</sup> Norfolk: *Die Sehnsucht nach einer ungeschehenen Geschichte*.

<sup>672</sup> Crownshaw: *Reading Der Vorleser*, S. 151.

<sup>673</sup> Crownshaw ergänzt noch: „The suspicion concerning Hanna's past grows with descriptions of her scrupulous hygiene (R 30) and her fondness for uniforms, which attracted her to her current job as a tram conductor (R 37). These hints of (stereotypical) Nazi learnings are compounded by the suspicious lack of detail about her past, or her unwillingness to reveal very much about it (R 37).“ Crownshaw: *Reading Der Vorleser*, S. 152. (R steht hier als Sigle für *The Reader*).

<sup>674</sup> Taberner: *Introduction*, S. 7. Taberner nennt außer Schlink noch Thomas Mann, Heinrich Böll, Günter Grass und Patrick Süskind.

<sup>675</sup> Taberner: *Introduction*, S. 7.

Neben dem Stil macht er vor allem den Tabubruch als Erfolgsmittel aus, wobei das Tabu primär in der Verführung eines Minderjährigen durch eine ältere Frau zu sehen ist. Dieses Argument verweist wiederum auf die allgemeine Lesart im angelsächsischen Raum, fokussiert auf den Missbrauch. Weiter macht Taberner darauf aufmerksam, dass der internationale Erfolg mit dem Stil zusammenhängt, der sich einer internationalen Mode angleicht. Dies spricht wiederum für das Argument der Homogenisierung, der internationalen Angleichung zur allgemeinen Verständlichkeit und vor allem Übersetzbarkeit. Weiter argumentiert Taberner, der Erfolg „might equally have to do with the ‘universalisation’ of the Holocaust, with the extent to which it has become a matter of international interest, and the manner in which people seek to apply its ‘lessons’ to their own histories and political struggles.”<sup>676</sup> Der Aspekt der Universalisierung des Holocausts wurde auch in den Rezensionen aufgegriffen. Jedoch wird sie bei Taberner als positiv aufgenommen – was hingegen in anderen Kritiken (etwa bei Jeremy Adler) als negatives Element, als Vereinfachung und Geschichtsfälschung angesehen wurde. Doch lädt eben jene Universalisierung zur individuellen Identifikation ein. Auch stilistisch (und nicht nur inhaltlich) ist eine Homogenisierung zu verzeichnen:

Schlink's novel, on the other hand, is similar to fiction by American and British authors [...]. [...] *Der Vorleser* [...] follows a linear narrative (the plot is tightly focused without digressions), allows the reader to get ‘close’ to characters, and favours story-telling over philosophical abstraction. In part, then, *Der Vorleser* was a hit because it did not feel like a German novel!<sup>677</sup>

Hier erscheint wiederum das Attribut, die deutsche Literatur sei zu verkopft und zu wenig auf die Erzählung an sich fokussiert. Eben jenes Argument wird bei Schlink ausgehebelt. Auch weil er in der Manier der angelsächsischen Schriftsteller geschrieben ist, wurde der Roman dort positiv aufgenommen. Damit gilt *Der Vorleser* nicht als prototypischer deutscher Roman, sondern ordnet sich in ein Feld der internationalen Schreibweise ein. Eben der Mangel an den prägenden Attributen ermöglicht den Erfolg – der Roman wird international rezipiert, weil er sich eben nicht wie ein deutsches Buch liest. Dies mündet in William Collins Donahues Ansatz, der Schlinks Roman zu „dem literarischen Phänomen des Jahrzehnts, wenn nicht des Vierteljahrhunderts“ erklärt.<sup>678</sup>

---

<sup>676</sup> Taberner: *Introduction*, S. 9.

<sup>677</sup> Taberner: *Introduction*, S. 10f.

<sup>678</sup> William Collins Donahue: *Der Holocaust als Anlass zur Selbstbemitleidung. Geschichtsschüchternheit in Bernhard Schlinks „Der Vorleser“*, in: Stephan Braese (Hrsg.): *Rechenschaften. Juristischer und literarischer Diskurs in der Auseinandersetzung mit den NS-Massenverbrechen*, Göttingen 2004, S. 177-197, hier S. 180.

#### 2.2.2.2. China

In der VR China erschien *Der Vorleser* am 26. Februar 2000 bei 皇冠文化 (Huangguan Wenhua). Zwar wird konstatiert, dass es in der chinesischen Übersetzung einige „mißglückte Übertragungen“<sup>679</sup> gäbe, doch schien dies dem Erfolg keinen Abbruch zu tun. Möglicherweise mag dies auch daran liegen, dass der Roman auch im *Yilin* Verlag erschienen ist, einem Unternehmen, das sich auf die Übersetzung spezialisiert hat und dabei mit Professoren und Wissenschaftlern zusammenarbeitet.<sup>680</sup>

Die Übersetzung wurde vermutlich mit dem englischen Text als Basis vorgenommen, denn sowohl in der englischsprachigen als auch in der chinesischen fehlt ein Halbsatz, der in der deutschen Variante zu finden ist.<sup>681</sup> Auch werden Buchtitel, die Michael Hanna vorliest, neben der chinesischen Übersetzung in Englisch wiedergegeben. Hier zeigt sich, dass – etwa im Gegensatz zur späteren Übersetzungspraxis bei *Die Vermessung der Welt* – der chinesische Buchmarkt bereits in Ansätzen versucht, die deutsche Literatur dem chinesischen Leser zugänglich zu machen, doch noch erhebliche Mängel (wie etwa die englischsprachige statt der deutschen Textvorlage bei der Übersetzung) zu finden sind.

Die Redakteurin des Verlages, Zhizhou Lu, äußert sich zu Schlinks Roman folgendermaßen:

Ein sehr erfolgreiches Beispiel des Yilin Verlags ist *Der Vorleser* von Bernhard Schlink. Den *Vorleser* haben wir im Jahr 2000 als Sonderausgabe herausgebracht, damals haben wir fast 20.000 Bände verkauft. 2005 haben wir den Titel mit einem neuem Einband versehen, einige Änderungen an der Übersetzung und am Titel vorgenommen und ihn im Januar 2006 noch einmal auf den Markt gebracht. Bis jetzt ist er mehr als 50.000 Mal verkauft worden.<sup>682</sup>

Als der *Yilin* Verlag eine weitere Auflage plante, versuchte das Unternehmen die relevanten Zielgruppen ausfindig zu machen und kam dabei zu dem Schluss, dass die „Gruppe der gut ausgebildeten Angestellten und der Intellektuellen“ die größte Leserschaft stellt. Vor allem der Einkauf via Internet und die Konsumgewohnheiten dieser Gruppe gelten als Indizien für die Annahme. Daher reagierte das Unternehmen

---

<sup>679</sup> Yin: *Was habe / hätte ich denn gemacht?* S. 302.

<sup>680</sup> Vgl. hierzu: Shuangzhi Li: *Der Yilin-Verlag bringt Grass und Schlink nach China. Interview mit Zhizhou Lu*, in: Homepage von *Deutsch-chinesisches Kulturnetz*, URL: <http://www.de-cn.net/mag/lit/de3227051.htm> (letzter Zugriff am 14.09.2012).

<sup>681</sup> Vgl. in der deutschen Variante S. 55: „Sie zog mir das Hemd aus, dann die Hose und dann zog sie sich aus, und wir liebten uns.“ In der englischen Übersetzung, S. 53: „She took off the shirt and trousers, and we made love.“ In der chinesischen Übersetzung: „她脫下我的襯衫和長褲，然後我們做愛了。“

<sup>682</sup> Li: *Der Yilin-Verlag bringt Grass und Schlink nach China*.

auch entsprechend und veröffentlichte den Titel als Hardcover und Großbuchformat in „eine[r] attraktive[n] Verpackung“. <sup>683</sup>

Außerdem beauftragte der Verlag verschiedene Rezensenten, darunter auch berühmte chinesische Schriftsteller, mit einer Kritik zum *Vorleser*. Zusätzlich wurde ein Hörbuch produziert. Anzumerken ist dabei, dass der *Yilin* Verlag Hörbuch und Buch immer zusammen als Paket verkauft, wobei sich der Preis vom reinen Buchkauf kaum unterscheidet. <sup>684</sup>

In China wurden durch die Thematisierung der schuldbehafteten Vergangenheit Parallelen zur sogenannten 'Wundenliteratur' der Volksrepublik gezogen, wobei vor allem die eigene, individuelle Schuld im Vordergrund steht. <sup>685</sup> Auch hier spielt allgemeiner die Vergangenheitsbewältigung eine entscheidende Rolle, wobei die Literatur eine wichtige Mittlerfunktion übernimmt. Dies kommt Schlinks Aussage der Vergangenheitsbewältigung durch Literatur sehr nahe.

Auch von chinesischen Wissenschaftlern wird die Verbindung zwischen Schlinks Berufen als Jurist und Schriftsteller gezogen:

Dem Richter und Juraprofessoren Schlink scheint das literarische Schaffen demzufolge nicht zuletzt eine Ergänzung zu sein, und seine andere Perspektive des Schriftstellers im Gegensatz zu derjenigen des Richters erschließt nun einen neuen Horizont der Vergangenheitsaufarbeitung, die die deutsche Literatur schon seit über einem halben Jahrhundert beschäftigt hat. <sup>686</sup>

Die chinesischen Leser waren von der Lektüre des Romans „richtig ergriffen und sogar erschüttert worden“, <sup>687</sup> erinnert *Der Vorleser* thematisch doch stark an die Verbrechen während der Kulturrevolution, die in der Volksrepublik bislang nicht ausreichend reflektiert wurden. Diese Rückprojektion auf die eigene Vergangenheit wird teilweise zwar auch durch die chinesische Literatur bearbeitet, unterliegt hier aber häufig den Zensurmaßnahmen. Eine Übertragung der deutschen Vergangenheit auf die chinesische kommt um dieses Verbot herum.

Wie in Deutschland, Großbritannien und den USA hat auch der Film Veränderungen in der Buchgestaltung hervorgerufen: Die chinesische Ausgabe des Verlagshauses *Choice* entwarf einen zweiten Schutzumschlag, der die Schauspieler Kate Winslet und Ralph Fiennes zeigt. Auch erschien der Text unzensuriert.

---

<sup>683</sup> Li: *Der Yilin-Verlag bringt Grass und Schlink nach China*.

<sup>684</sup> Li: *Der Yilin-Verlag bringt Grass und Schlink nach China*.

<sup>685</sup> Vgl. dazu Yin: *Was habe / hätte ich denn gemacht?*

<sup>686</sup> Yin: *Was habe / hätte ich denn gemacht?* S. 305.

<sup>687</sup> Yin: *Was habe / hätte ich denn gemacht?* S. 301.

### 2.2.3. Zusammenfassende Beobachtung

Gerade weil der Roman *Der Vorleser* in sovielen Sparten angenommen wurde (ganz gleich ob im negativen oder positiven Sinne), war er so erfolgreich. Das Buch sprach Medien, Wissenschaftler (der Literatur, Geschichte, Rechtswissenschaft) und professionelle Kritiker an, deren rege Diskussion in Zeitung, Rundfunk und Fernsehen die Aufmerksamkeit einer breiten Leseröffentlichkeit weckte. Die Leser an sich wurden selbstverständlich nicht einzig durch die andauernden Diskussionen, sondern auch aufgrund des Themas angesprochen. Wahrgenommen wurde *Der Vorleser* von der Kritik primär seines Inhalts wegen, Form und Stil des Textes waren von geringer Bedeutung. Einzig aus der inhaltlichen Thematisierung der Täterin als Opfer konnte auch der Skandal entwachsen, der im Feuilleton sieben Jahre nach Erscheinen des Buches diskutiert wurde.

Eine Verbreitung des Buches über seine ursprüngliche Zielgruppe, das heißt Leser, die Belletristik vordergründig zur Unterhaltung rezipieren, hinaus (und daraus entsteht – wie unter 1.3.2. beschrieben – der Massenerfolg), machten es zum Bestseller. Auch mögen der bisherige Bekanntheitsgrad durch seine früheren Veröffentlichungen und die Verfilmung des ersten *Selbs*-Romans Schlink zu seinem Erfolg verholfen haben. Ersichtlich ist, dass auch hier eine Kombination an Einzelaspekten zusammengesetzt den Bestseller machen, wobei der Dispersionskraft der Medien die entscheidende Rolle zukommt. Neben den Zeitungen (Rezensionen, Interviews, thematische Berichte/Diskussionen im Feuilleton) werden auch das Fernsehen und der Rundfunk aktiviert. Verbindungen zwischen Medien und der Kritik des Buches lassen sich hier beispielhaft anhand von Tilman Krause aufzeigen: Er verfasste nicht nur zahlreiche Rezensionen zum *Vorleser*, sondern führte auch Interviews mit dem Autor, moderierte teilweise seine Lesungen und hielt eine Laudatio auf Schlink. Auch gehörte er der Jury bei der Preisverleihung des *WELT*-Literaturpreises an. Ein einzelner Kritiker kann folglich als Promotor für einen Bestseller dienen.

Gleichzeitig ändert sich mit Erreichen eines bestimmten Bekanntheitsgrads auch die Präsentation des Buches selbst: Es erhält Etikettierungen („Spiegel-Bestseller“), wird in den Buchhandlungen meist in Regalen oder auf Tischen neben den Kassen dargeboten, und mit der Verfilmung wird das ursprüngliche Buchcover durch das Kinoplatat ersetzt. Das Buch hebt sich damit von anderen Titeln ab, es wird auffälliger gekennzeichnet und somit auch visuell in den Vordergrund gerückt beziehungsweise in Buchhandlungen auffällig präsentiert. Dieser visuelle Effekt wird verstärkt durch das

Auftreten des Autors im Fernsehen und durch dessen Bilder in Zeitungen und Zeitschriften. Provoziert wird damit ein Wiedererkennungseffekt, unterstützt durch die Empfehlungen in schriftlicher (Rezensionen, Kritiken) und mündlicher Form. Letztere sind einerseits die Mundpropaganda im Freundes- und Bekanntenkreis, andererseits die Fürsprachen der Buchhändler.

Zu den konstanten Verkaufszahlen und dem Prädikat des Steadysellers trägt auch die Tatsache bei, dass der Roman mittlerweile in einigen Bundesländern Schullektüre und Abiturthema ist. Gleichzeitig geht damit eine Aufwertung einher, da unter Schullektüre in der Regel sogenannte kanonisierte Texte fallen. *Der Vorleser* kann nun von Schülern (aber auch Lehrern und Eltern) als gleichwertige Literatur in Relation zu etwa Schillers *Die Räuber* und Kafkas *Der Process* gesehen werden.

Der Roman *Der Vorleser* (und sein Erfolg) gilt als Auslöser für eine Hausse der deutschen Literatur im Ausland, ein „Türöffnerdienst“ für viele andere deutschsprachige Schriftsteller sei das Buch gewesen. Zu dieser Aussage äußert sich Schlink selbst wie folgt: „Amerikanische Germanisten haben mir auch schon gesagt, es gebe jetzt wieder mehr Studenten für deutsche Sprache und Literatur und folglich werde die Ausstattung der Institute und Bibliotheken besser. Wenn's stimmt, freut's mich.“<sup>688</sup>

---

<sup>688</sup> Kübler: *Als Deutscher im Ausland wird man gestellt*.

### 2.3. Daniel Kehlmann: *Die Vermessung der Welt*

Im Jahr 2005 erscheint nach den Romanen von Süskind und Schlink ein weiterer Bestseller, dessen nationaler und internationaler Erfolg in zahlreichen Medien hervorgehoben wird: Daniel Kehlmanns Buch *Die Vermessung der Welt*.<sup>689</sup> Dieses handelt von den Erforschern und Entdeckern Alexander von Humboldt und Carl Friedrich Gauß sowie deren scheinbar entgegen gesetzten Arten der Welterkenntnis und Vermessung. Zwar versuchen beide Figuren auf unterschiedliche Weise die Welt und ihre Zusammenhänge zu verstehen, doch letztendlich sind ihre Schlüsse und Ergebnisse identisch: Humboldt reist nach Lateinamerika, unternimmt Expeditionen in tiefe Höhlen und auf hohe Berge. Dabei geht er vor allem physisch an seine Grenzen. Gauß bleibt hingegen zeitlebens in der Heimat; das Reisen ist ihm ein Gräuel. In seinen Forschungen überschreitet er metaphysisch jedoch zeitliche und räumliche Beschränkungen. Neben der Grenzüberschreitung und dem Vordringen in fremde Welten ist beiden Charakteren gemein, dass sie auf verschrobene Art nicht mit der gesellschaftlichen Umwelt zurechtkommen. Ihrer Genialität setzt Kehlmann soziale Makel entgegen, die teilweise bis zur Handlungsunfähigkeit auf einer zwischenmenschlichen Ebene gehen. Außerdem erhalten die Protagonisten je einen Assistenten (Aimé Bonpland beziehungsweise Eugen Gauß), die als Verbindungsfigur zum Leser fungieren. Durch ihre Kommentare und Ansichten ernten sie bei den Hauptfiguren zwar Unverständnis, beim Rezipienten verstärkt sich dadurch allerdings das Bild des schrulligen und weltfremden Genies.

*Die Vermessung der Welt* erzählt zwischen dem zweiten Kapitel (*Das Meer*) und dem zehnten (*Die Hauptstadt*) abwechselnd die wichtigsten Lebensstationen von Gauß und Humboldt. Im ersten und den letzten Kapiteln erscheinen die Protagonisten als alte Figuren, die (teilweise) versuchen, eine Lehre aus ihren Leben zu ziehen, und sich noch einmal ins Leben als Wissenschaftler stürzen: So begibt sich Humboldt auf eine Expedition nach Sibirien, Gauß experimentiert auf dem Feld magnetischer Messungen. Zwar basiert der Roman auf den Lebensgeschichten zweier realhistorischer Persönlichkeiten, doch sind zahlreiche Anekdoten und Details im Text frei erfunden und fußen häufig nicht auf belegten Fakten. *Die Vermessung der Welt* kann daher zu den sogenannten „Feature-Romanen“<sup>690</sup> gezählt werden. Diese Texte basieren auf einer Symbiose von Wissen und Handlung, also einer Mischung aus Sachbuch und Roman.

---

<sup>689</sup> Daniel Kehlmann: *Die Vermessung der Welt*, Reinbek bei Hamburg 2005.

<sup>690</sup> Schütz: *Das gute Buch der Bücher*, S. 78.



Bei Kehlmann bilden die Erkundungen und Forschungsarbeiten von Humboldt beziehungsweise Gauß den Teil des Wissens, die Handlung bilden die (fiktiven) Geschehnisse aus beiden Leben. Diese Mischung aus Halbwahrheiten und Geschichten kommen in der Literaturproduktion immer häufiger vor. Auch David Oels spricht von einer „Versachbuchlichung“ der Literatur.<sup>691</sup> Doch dieser einzelne Baustein reicht nicht aus, um den Roman zu einem Bestseller aufsteigen zu lassen, wie die nachstehende Analyse einzelner Aspekte zeigen soll.

### 2.3.1. Nationaler Erfolg

Die Verkaufszahlen der *Vermessung der Welt* im deutschsprachigen Raum schwanken zwischen 850.000 und mehr als 1,4 Millionen verkauften Exemplaren.<sup>692</sup> Insgesamt 35 Wochen stand der Roman auf Platz eins der *Spiegel*-Bestsellerliste.<sup>693</sup> Die Lizenzen und Übersetzungsrechte wurden in über 40 Nationen verkauft.<sup>694</sup> Nachstehende Tabelle zeigt die Listenplatzierung nach Erscheinen des Romans im September 2005:

| Ausgabe<br><i>Buchreport</i> | Platzierung<br>auf der<br>Bestsellerliste | Ausgabe<br><i>Buchreport</i> | Platzierung<br>auf der<br>Bestsellerliste | Ausgabe<br><i>Buchreport</i> | Platzierung<br>auf der<br>Bestsellerliste |
|------------------------------|---|------------------------------|---|------------------------------|---|
| 39/2005                      | 30  | 47/2005                      | 2   | 2/2006                       | 1   |
| 40/2005                      | 13  | 48/2005                      | 2   | 3/2006                       | 1   |
| 41/2005                      | 4   | 49/2005                      | 2   | 4/2006                       | 1   |
| 42/2005                      | 3   | 50/2005                      | 2   | 5/2006                       | 1   |
| 43/2005                      | 2   | 51/2005                      | 2   | 6/2006                       | 1   |
| 44/2005                      | 2   | 52/2005                      | 2   | 7/2006                       | 1   |
| 45/2005                      | 2   | 53/2005                      | 7   | 8/2006                       | 1   |
| 46/2005                      | 2   | 1/2006                       | 2   | 9/2006                       | 1   |

Abbildung 15: Platzierung auf der Bestsellerliste.<sup>695</sup>

<sup>691</sup> David Oels: *Mit hundert Sachen erzählt. Sachbuch, Literatur und die Wiederkehr des Erzählens*, in: Thomas Wegmann, Erhard Schütz (Hrsg.): *literatur.com. Tendenzen im Literaturmarketing*, Berlin 2002, S. 81-106, hier S. 81.

<sup>692</sup> Dirk Knipphals: *Die Vermessung des Bestsellers*, in: Homepage von taz, URL: <http://www.taz.de/1/archiv/archiv/?dig=2006/12/30/a0196> (letzter Zugriff am 14.09.2012); Volker Hage: „Ich habe sehr gelitten“, in: ders.: *Kritik für Leser. Vom Schreiben über Literatur*, Frankfurt am Main 2009, S. 148-154, hier S. 149.

<sup>693</sup> Heinz-Peter Preußner: *Zur Typologie der Zivilisationskritik. Was aus Daniel Kehlmanns Roman „Die Vermessung der Welt“ einen Bestseller werden ließ*, in: *Text + Kritik. Zeitschrift für Literatur*, Nr. 177 (I/08), S. 73-85, hier S. 73.

<sup>694</sup> Homepage von Daniel Kehlmann, URL: <http://www.kehlmann.com/inhalt29.html> (letzter Zugriff am 14.09.2012).

<sup>695</sup> O. V.: *Die Vermessung der Welt* (1), in: Homepage von Buchreport, URL: [http://www.buchreport.de/bestseller/bestseller\\_einzelansicht.htm?tx\\_bestseller\\_pi1\[isbn\]=9783498035280](http://www.buchreport.de/bestseller/bestseller_einzelansicht.htm?tx_bestseller_pi1[isbn]=9783498035280) (letzter Zugriff am 17.09.2012).

Als im Februar 2008 die Taschenbuchversion des Romans erschien, dauerte es nur wenige Wochen, bis *Die Vermessung der Welt* am 17.03.2008 auf Platz zwei der Bestsellerliste stand.<sup>696</sup> Allerdings erobert der Roman nicht nur die Bestsellerlisten,<sup>697</sup> er erklimmt auch die Bestenlisten. Im Oktober und November 2005 stand der Roman auf der Bestenliste des SWR.<sup>698</sup> Wie bereits vorangehend erläutert, lässt diese Bewertung darauf schließen, dass nicht nur eine Bestätigung aus quantitativer Sicht dem Buch weiter zu seinem Erfolg verhilft, sondern durch eine qualitative Bewertung *Die Vermessung der Welt* empfohlen wird.

Mittlerweile steht die gebundene Ausgabe auf Rang 3.969, das Taschenbuch auf Rang 917 der *Amazon*-Bestsellerliste. Insgesamt wurden 395 Kundenrezensionen zur *Vermessung der Welt* verfasst, wovon knapp 40 Prozent (155) die Höchstwertung von fünf Sternen und fast 22 Prozent (86) vier Sterne vergeben haben.<sup>699</sup> Zahlreiche Rezensenten bemängeln allerdings den fehlenden Spannungsbogen und die mangelnde fortlaufende Handlung. Daher sind die negativen Bewertungen von einem Stern mit 14 Prozent und von zwei Sternen mit fast zwölf Prozent auffallend stark vertreten. Dies lässt den Schluss zu, dass bei einigen Käufern, die das Buch dann auch tatsächlich gelesen haben, nicht immer eine positive Resonanz vorherrscht.

Im nachstehenden Teil werden die einzelnen Fakten, die zum Erfolg des Romans beigetragen haben, einzeln untersucht. Zuerst gilt es, einen Blick auf die Aktivitäten des Verlags zu werfen.

#### 2.3.1.1. Der Verlag

Noch im Jahr 2003 erschien bei *Suhrkamp* Daniel Kehlmanns Roman *Ich und Kaminski*, der ihm erstmals erhöhte Medienaufmerksamkeit zukommen ließ. Seinen Durchbruch und Bestsellererfolg wird der Autor aber 2005 bei *Rowohlt* mit der *Vermessung der Welt* haben. Kehlmann selbst begründet seinen Verlagswechsel folgendermaßen:

In den letzten zwei Jahren hat es bei Suhrkamp große personelle Umwälzungen gegeben. Und da man als Autor ja nicht mit einem Verlagsnamen zusammenarbeitet,

---

<sup>696</sup> O. V.: *Die Vermessung der Welt*, in: Homepage von *Buchreport*, URL: [http://www.buchreport.de/bestseller/bestseller\\_einzelsicht.htm?tx\\_bestseller\\_pi1\[isbn\]=9783499241000](http://www.buchreport.de/bestseller/bestseller_einzelsicht.htm?tx_bestseller_pi1[isbn]=9783499241000) (letzter Zugriff am 17.09.2012).

<sup>697</sup> So etwa in den Dezemberausgaben 2005 der Wochenzeitung *Die Zeit*.

<sup>698</sup> O. V.: *Bestenliste im Jahr 2005*, in: Homepage des SWR, URL: <http://www.swr.de/bestenliste/rueckschau/-/id=4395454/property=download/nid=4226222/1gapvqi/index.pdf> (letzter Zugriff am 17.09.2012).

<sup>699</sup> Vgl. dazu Homepage von *Amazon*, URL: [http://www.amazon.de/Die-Vermessung-Welt-Daniel-Kehlmann/dp/3499241005/ref=sr\\_1\\_1?ie=UTF8&qid=1314261977&sr=8-1](http://www.amazon.de/Die-Vermessung-Welt-Daniel-Kehlmann/dp/3499241005/ref=sr_1_1?ie=UTF8&qid=1314261977&sr=8-1) (letzter Zugriff am 25.08.2011).

sondern mit Menschen, habe ich mich nach manch schlafloser Nacht für Rowohlt entschieden, wo Leute arbeiten, die ich kannte.<sup>700</sup>

Anscheinend war auch Helmut Krausser für Kehlmanns Entscheidung zu *Rowohlt* zu wechseln verantwortlich: „Ich habe Daniel Kehlmann überredet, zu *Rowohlt* zu wechseln, habe meinem damaligen Verleger Alexander Fest einen Welterfolg vorhergesagt, und wenn meine Prophezeiungen auch selten in Erfüllung gehen, werde ich mit dieser einen immer angeben.“<sup>701</sup>

Der neue Verlag bemüht sich, diese Prophezeiung in die Tat umzusetzen. Dies zeigt sich schon bei der Gestaltung des Covers der *Vermessung der Welt*. Denn es handelt sich um das gleiche Bild, das auch den Einband der *Reise in die Äquinoktial-Gegenden des Neuen Kontinents* von 2004 ziert. Hierdurch wird eine Verbindung zu Humboldts eigenem Werk hergestellt. Auch verweist dies indirekt auf die scheinbare Wissenschaftlichkeit des Romans und weckt somit die Aufmerksamkeit eines entsprechenden Publikums.

Für die stilistische Besonderheit der *Vermessung der Welt* – die permanente Verwendung der indirekten Rede – scheut der Verlag ebenfalls keine Mühen: Damit hier keine Fehler auftreten und es in den Rezensionen eventuell zur Bemängelung kommt, arbeitet der Verlag intensiv an der Ausmerzung jeglicher grammatikalischer Makel: „Vor der Drucklegung aber wurde es [das Manuskript, S. B.] von zwei der besten Lektoren Deutschlands durchgesehen. Außerdem von etwa sieben renommierten Schriftstellern.“<sup>702</sup>

Des Weiteren kümmern sich bereits vor Veröffentlichung in Deutschland ausländische Verlagshäuser um die Lizenz des Titels. Dies zeigt, dass bereits im Vorfeld dem Roman eine große Aufmerksamkeit zugebracht wurde, sodass bis zum Veröffentlichungsdatum im September 2005 bereits sieben Übersetzungslizenzen vergeben wurden. Noch 2006 versichert Daniel Kehlmann, dass er keinen Literaturagenten habe und auch keinen brauche.<sup>703</sup>

---

<sup>700</sup> Klaus Taschwer, Klaus Nüchtern: „Ich kann nicht rechnen“, in: *Falter* 38 (2005); auch in Homepage von *Falter*, URL: <http://www.falter.at/web/print/detail.php?id=148> (letzter Zugriff am 25.08.2011).

<sup>701</sup> Helmut Krausser: *Ich und Kehlmann. Und „Mahlers Zeit“*, in: *Text + Kritik. Zeitschrift für Literatur*, Nr. 177 (I/08), S. 54-57, hier S. 54. Interessanterweise veröffentlicht Krausser seine Romane seit 2006 bei *DuMont*. Inwiefern hierfür der Erfolg Kehlmanns Einfluss hatte ist spekulativ. Übrigens lobt Kehlmann andererseits auch Krausser und empfiehlt dessen Buch (*Substanz - Das Beste aus den Tagebüchern*, Köln 2010) in der Sendung *Literatur im Foyer*, Sendung vom 01.09.2011, in: Homepage von SWR, URL: <http://www.swr.de/literatur-im-foyer/-/id=122518/did=8542846/pv=video/nid=122518/xr2jj/index.html> (letzter Zugriff am 02.09.2011).

<sup>702</sup> Daniel Kehlmann: *Diese sehr ernsten Scherze. Poetikvorlesungen*, Göttingen <sup>3</sup>2009, S. 41.

<sup>703</sup> Kerstin Holzer: *Des Zauberlehrlings Meisterprüfung. Ziemlich clever und unverschämt erfolgreich: Daniel Kehlmann ist Deutschlands literarischer Superstar*, in: *Focus* 10/2006, S. 72-74, hier S. 74.

Als Kehlmann 2005 den Candide-Preis erhält, liegen dem Laudator Ijoma Mangold bereits die Fahnen der *Vermessung der Welt* vor – obwohl es dato noch vier Monate bis zur Veröffentlichung sind.<sup>704</sup> Dadurch gestaltet sich die Preisrede zu einer Art Werbeaktion für den neuen Roman Kehlmanns. Dies zeigt, dass bereits im Vorfeld der Roman angekündigt wurde und zwar bei einer Preisverleihung, dessen Publikum auch aus Journalisten und Kritikern besteht, sodass die entsprechenden Distributoren bereits frühzeitig angesprochen wurden. Dass der Roman so schnell und in so vielen Zeitungen und Zeitschriften besprochen wurde, spricht dafür, dass *Rowohlt* zahlreiche Rezensionsexemplare an die entsprechenden Medien verschickt haben muss. Ein enthusiastisches Werben von Verlagsvertretern und Buchhändlern mag die anfängliche Verkaufsförderung stark unterstützt haben.<sup>705</sup> Auch darf hierbei die Mundpropaganda zwischen Buchhändlern und Lesern sowie zwischen einzelnen Lesern nicht unterschätzt werden.

Über die Verkaufszahlen lässt sich Folgendes belegen: „Bis Januar 2007, innerhalb von 16 Monaten, erschienen von Kehlmanns Roman 36 Auflagen, waren 915 Exemplare gedruckt, die Höhe der jeweiligen Nachauflagen betrug zumeist 25-40000 Exemplare“.<sup>706</sup> Bis heute gilt *Die Vermessung der Welt* als einer der größten Erfolge des Verlags.<sup>707</sup> Auch veröffentlicht *Rowohlt* genaue Zahlen, die den Erfolg des Titels untermauern sollen: Von 1,1 Millionen verkauften Hardcover-Exemplaren und Übersetzungen in bald 50 Sprachen ist in der Verlagschronik zu lesen.<sup>708</sup> Ein „Patentrezept“ zum Verfassen des Bestsellers oder für den Erfolg mancher Texte hat der Verlag ausdrücklich nicht. Neben gutem Schreiben gehört, laut *Rowohlt*, auch Glück dazu.<sup>709</sup>

Die Wertschätzung von Seiten des Verlags verdeutlicht sich unter anderem auch darin, dass Kehlmann für die Verlagschronik einen Beitrag schreiben darf.<sup>710</sup> Auch zeigt diese

<sup>704</sup> Ijoma Mangold: *Laudatio zur Verleihung des Candide-Preises 2005 an Daniel Kehlmann*, in: Gunther Nickel (Hrsg.): *Daniel Kehlmanns Die Vermessung der Welt. Materialien, Dokumente, Interpretationen*, Reinbek bei Hamburg 2008, S. 95-112, hier S. 98.

<sup>705</sup> Ulrich Weinzierl: *Wenigstens einmal richtig gefeuert*, in: *Die Welt* vom 28.02.2006.

<sup>706</sup> Wilhelm Haefs: *"Deutschlands literarischer Superstar"? Daniel Kehlmann und sein Erfolgsroman "Die Vermessung der Welt" im literarischen Feld*, in: Markus Joch et al. (Hrsg.): *Mediale Erregungen? Autonomie und Aufmerksamkeit im Literatur- und Kulturbetrieb der Gegenwart* (Studien und Texte zur Sozialgeschichte der Literatur Band 118), Tübingen 2009, S. 233-251, hier S. 233f.

<sup>707</sup> So auch nachzulesen in: Hermann Gieselbusch et al. (Hrsg.): *100 Jahre Rowohlt. Eine illustrierte Chronik*, Reinbek bei Hamburg 2008, S. 338 und bei Uwe Naumann: *Neue Zeiten, neue Bücher. Auf dem Weg ins hundertste Jahr*, in: Hermann Gieselbusch et al. (Hrsg.): *100 Jahre Rowohlt. Eine illustrierte Chronik*, Reinbek bei Hamburg 2008, S. 363-373, hier S. 372.

<sup>708</sup> Naumann: *Neue Zeiten, neue Bücher*, S. 373.

<sup>709</sup> Naumann: *Neue Zeiten, neue Bücher*, S. 373.

<sup>710</sup> Daniel Kehlmann: *Des Patriarchen Frühling. Daniel Kehlmann über Alexander Fest*, in: Hermann Gieselbusch et al. (Hrsg.): *100 Jahre Rowohlt. Eine illustrierte Chronik*, Reinbek bei Hamburg 2008, S. 376-377.

Geste, dass Kehlmann zu einem wichtigen Mann und 'Botschafter des Verlags' geworden ist. Mit seinem Profil und seinen Texten lassen sich gewisse Publikumskreise ansprechen.

Hinzukommt, dass Kehlmann nach der Veröffentlichung der *Vermessung der Welt* eine Art „Promotion-Tour“ startete, bei der er bis zum Jahresende 2005 auf über vierzig Veranstaltungen auftrat, lediglich um sein Buch publik zu machen.<sup>711</sup> Der Verlag nutzte die Wirkung des Autors, indem er ihn auf einen regelrechten Lesemarathon schickte: Insgesamt 70 Lesungen absolvierte Kehlmann in ganz Deutschland, um aus der *Vermessung der Welt* zu lesen.<sup>712</sup> Dabei stellte der Autor selbst fest, dass viele der Zuhörer noch nie auf einer Lesung waren.<sup>713</sup> Kehlmann mobilisiert die Massen, schafft es durch seinen Auftritt Leute anzuziehen, die sonst nicht so sehr am Literaturleben teilnehmen. Dennoch behält er selbst einen skeptischen Blick auf diese Events:

Später, wie gesagt, gibt es Veranstaltungen zu bestehen; aus irgendeinem Grund hören viele Menschen einen Text lieber, als ihn selbst zu lesen, und sie hören ihn lieber dargeboten von einem stotternden und hustenden Vorlese-Dilettanten, der sein Verfasser ist, als von einem Profi.<sup>714</sup>

Mit diesen Auftritten setzt er aber auch – wie mit seiner Persönlichkeit – einen Gegentrend zum restlichen Literaturmarkt, wie auch der nachstehende Abschnitt zeigt.

### 2.3.1.2. Timing

Die früheren Texte Kehlmanns bleiben beinahe alle von der Kritik unberücksichtigt und von den Lesern unentdeckt. Dies steht vermutlich im Zusammenhang mit der Popliteratur, die Ende der 1990er Jahre noch in Mode ist. Die Popliteraten, wie etwa Benjamin von Stuckrad-Barre oder Christian Kracht beschäftigen sich mit den Alltagsproblemen der Gegenwart, dazu zählen etwa Liebeskummer, der Umzug in eine neue Stadt oder der Kampf um Anerkennung in der Peer-Group. Kehlmanns Romane und Erzählungen passen nicht in dieses Schema: „Kehlmann war unter seinen Kollegen ein Nerd inmitten von Stars, traurig hoch gebildet, enorm belesen, ausgestattet mit einem Literatur- und Philosophiestudium, einer abgebrochenen Promotion über Kant

---

<sup>711</sup> Ottmar Ette: *Nach der Kehlmannisierung: Überlegungen zu einem Bestseller und Daniel Kehlmanns vermessener Welt*, in: Hartmut Hecht et al. (Hrsg.): *Kosmos und Zahl: Beiträge zur Mathematik- und Astronomiegeschichte, zu Alexander von Humboldt und Leibniz*, Stuttgart 2008, S. 191-199, hier S. 191.

<sup>712</sup> Vgl.: Holzer: *Des Zauberlehrlings Meisterprüfung*, S. 72.

<sup>713</sup> Vgl.: Felicitas von Lovenberg: *Ich wollte schreiben wie ein verrückt gewordener Historiker*, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 09.02.2006.

<sup>714</sup> Daniel Kehlmann: *Eigene Bücher lesen*, in: ders.: *Wo ist Carlos Montúfar?* Reinbek bei Hamburg 2006, S. 145-149, hier S. 147.

und drei Büchern, die keine Leser fanden.“<sup>715</sup> Doch mit eben diesem Lebenslauf und seinen intellektuellen Ansprüchen kann Kehlmann wenige Jahre später einen Gegentrend im Erscheinungsbild des „jungen Autors“ setzen (siehe dazu auch Kapitel 2.3.1.5. Der Autor).

Auch der Roman an sich ist etwas Neues, das sogenannte „science writing“ hält damit Einzug in die deutsche Gegenwartsliteratur. Gleichzeitig trifft Kehlmann mit dieser Non-Konformität wiederum den Geschmack vieler Leser. Auch Robert Menasse erläutert: „Kehlmanns Erfolg im Mainstream ist nämlich, wenn überhaupt, nur so zu erklären: dass er auf eine für den Mainstream verführerische Weise dem Elend des Mainstreams opponiert.“<sup>716</sup> Ähnliches stellt auch Uwe Wittstock fest:

Als ein Indiz dafür, wie gründlich sich das literaturkritische Klima hierzulande verändert hat, darf man die öffentliche Resonanz auf Daniel Kehlmanns Roman *Die Vermessung der Welt* betrachten. Denn der ist all das nicht, was einst als unverzichtbar galt: Er ist nicht experimentell, nicht in aufdringlicher Weise sprachskeptisch und versucht nicht um jeden Preis mit lang gepflegten Erzähltraditionen zu brechen. Selbst die formalen Finessen des Romans, wie zum Beispiel seine konsequente Vorliebe für die indirekte Rede, werden vom Autor nie als spektakuläre Innovation in den Mittelpunkt gerückt, sondern sie dienen immer zugleich dazu, komische Effekte zu erzielen, also den Leser zu amüsieren. Kurz: Der Roman ist brillant geschrieben, dramaturgisch meisterhaft gebaut, schon deshalb höchst unterhaltsam und nachweislich enorm publikumswirksam.<sup>717</sup>

Diese Opposition zum Mainstream geht jedoch über die Meinung von Kritikern und Wissenschaftlern hinaus. Auch der Autor selbst vermeint, ein Publikum anzusprechen, das eigentlich nicht zum Mainstream zählt:

Bei den Lesungen bemerke ich tatsächlich einige Dinge, die zur Erklärung des Erfolgs beitragen könnten. Erstens: Der Roman wird von sehr vielen Leuten gelesen, die sich sonst überhaupt nicht für deutsche Gegenwartsliteratur interessieren. Aber er wird auch nicht von Menschen gelesen, die sonst Dan Brown oder Tom Clancy kaufen. Diese Leser erreiche ich nicht. Mir scheint, beim Gros der Leser handelt es sich eher um Leute, die sich sonst nicht für Neuerscheinungen interessieren. Also nicht um Menschen, die nicht lesen, sondern im Grunde um die klassischen Taschenbuchkäufer, die ihre eigenen Interessen haben und nicht nach Neuerscheinungen oder Moden Ausschau halten. Oft sagen Leute zu mir: Ich war noch nie bei einer Lesung, ich habe mir noch nie ein Buch signieren lassen. Das sind aber nicht Menschen, die der Literatur fremd gegenüberstehen, sondern lediglich dieser uns so nahe stehenden Welt der

---

<sup>715</sup> Adam Soboczynski: *Daniel Kehlmanns Porträt*, in: Daniel Kehlmann: *Leo Richters Porträt* sowie ein Porträt des Autors von Adam Soboczynski, Reinbek bei Hamburg 2009, S.41-73, hier S. 55.

<sup>716</sup> Robert Menasse: *Ich bin wie alle, so wie nur ich es sein kann. Daniel Kehlmanns Essays über Autoren und Bücher*, in: *Text + Kritik. Zeitschrift für Literatur*, Nr. 177 (I/08), S. 30-35, hier S. 31.

<sup>717</sup> Uwe Wittstock: *Die Realität und ihre Risse: Daniel Kehlmann*, in: ders.: *Nach der Moderne. Essay zur deutschen Gegenwartsliteratur in zwölf Kapiteln über elf Autoren*, Göttingen 2009, S. 156-171, hier S. 157f.

Neuerscheinungen, der Leseveranstaltungen. Zu denen ist das Buch durchgedrungen, wohl vor allem durch Mundpropaganda.<sup>718</sup>

Damit hebt Kehlmann die Leserschaft seines Romans von jenen anderen Büchern ab. Er rückt sie sogar in ein Licht des Bildungsbürgertums mit eigenem, individuellem Geschmack. Diese Exklusivität der Leserschaft kommt gleichzeitig dem Renommee seines Romans zugute, fühlen sich dadurch doch andere Leser angesprochen, die sich mit dem oben aufgeführten Leserbild identifizieren. Marius Meller macht gar – als Folge des Erfolgs der *Vermessung der Welt* eine neue Bildungsschicht in der Bevölkerung aus:

Die Tatsache, daß circa 1,1 Prozent der deutschen Bevölkerung, inklusive Säuglinge und Sieche, im Besitz eines Exemplars der *Vermessung der Welt* sind, oder 2,3 Prozent aller deutschen Haushalte, bietet aber bei Umkehrung der Fragestellung interessante Implikationen. Wie muß eine Bevölkerung beschaffen sein, die sich *Die Vermessung der Welt* zum Kultbuch wählt?

Eine Antwort lautet, daß es wieder oder noch immer eine breite Bildungsschicht in Deutschland gibt, die man mit einer vorsichtigen Modifizierung des Begriffs als bürgerlich bezeichnen könnte.<sup>719</sup>

Andere sehen vor allem im Inhalt eine Gegenbewegung zur übrigen Gegenwartsliteratur:

Gegen die teils selbstverliebte Nabelschau des Gegenwartsromans, der sich bevorzugt den Befindlichkeitskrisen moderner Subjektivität widmet, setzt Kehlmann eine historische Zeitreise, sie sich mit einer von uns nur scheinbar weit entrückten Umbruchszeit in der Geschichte des neuzeitlichen Denkens auseinandersetzt.<sup>720</sup>

Auffällig ist hierbei die Verwendung des Wortes „Nabelschau“, das – wie bereits im obigen Kapitel erläutert – aus einer Rezension Reich-Ranickis über Süskinds Roman *Das Parfum* stammt. Dieses Buch wandte sich anscheinend auch gegen eben jene Trends, gegen die sich nun auch Kehlmanns Roman richtet. Dasselbe Argument wird also für zwei verschiedene Texte, die im Abstand von zwanzig Jahren erschienen sind, benutzt, um ihren außergewöhnlichen Erfolg zu erklären. Weiter vermeinen Müller-Völkl und Völkl auch für die Gattung des historischen Romans eine „Revolutionierung“ mittels eines „ironische[n] Augenzwinkern[s]“ auszumachen.<sup>721</sup> Inhaltliche Besonderheiten erkennt gleichfalls Alexander Honold in der *Vermessung der Welt*, der

---

<sup>718</sup> Von Lovenberg: *Ich wollte schreiben wie ein verrückt gewordener Historiker*.

<sup>719</sup> Marius Meller: *Die Krawatte im Geiste*, in: *Merkur* 61 2007, 3, 248-252, hier S. 250.

<sup>720</sup> Claudia Müller-Völkl, Michael Völkl: *Daniel Kehlmann, Die Vermessung der Welt*, Paderborn 2007, S. 16.

<sup>721</sup> Müller-Völkl, Völkl: *Daniel Kehlmann, Die Vermessung der Welt*, S. 16.

den Roman in die Reiseliteratur einordnet und erstaunt ist über den Erfolg des Buches.<sup>722</sup> Bezweifelt werden muss jedoch, ob tatsächlich das Element des Reisens wesentlich zum Bestsellerstatus beiträgt, und ob der Roman tatsächlich in das Genre der Reiseliteratur einzuordnen ist.

Das Erscheinungsjahr ist aus vielerlei Hinsicht ein für den Verkaufserfolg der *Vermessung der Welt* entscheidendes Jahr. In das Jahr 2005 fallen zugleich der 100. Jahrestag der speziellen Relativitätstheorie und der 50. Todestag Albert Einsteins. Dieses „Einsteinjahr“ wird von der UNESCO auch als „Jahr der Physik“ ausgerufen. Auch jährte sich 2005 zum 150. Mal der Todestag von Carl Friedrich Gauß. Insgesamt verstärkt sich daher der Fokus auf Wissenschaft und Wissenschaftler, werden doch vermehrt Beiträge zu diesen Themen in den Medien präsentiert.

Bereits einige Jahre früher kommt Alexander von Humboldt verstärkte Aufmerksamkeit zu, wie Ottmar Ette zusammenfasst:

Die Entstehung einer neuen Öffentlichkeit für Alexander von Humboldts Denken und Wirken wurde zusätzlich durch eine Reihe verdienstvoller Ausstellungen begünstigt, die aus Anlaß der Zweihundertjahrfeiern der amerikanischen Reise von Frank Holl initiiert in Mexiko, in Kuba sowie 1999/2000 in Berlin und Bonn stattfanden und teilweise von internationalen wissenschaftlichen Symposien begleitet wurden. Diese Abfolge großer und publikumswirksamer Ausstellungen (die vor kurzem in Madrid einen weiteren Höhepunkt erreichte) schärfte gerade auch im deutschsprachigen Raum das Bewußtsein für eine lange Zeit verschüttete Denk- und Wissenschaftstradition, deren nicht nur wissenschaftsgeschichtlich, sondern vor allem politisch-ideologisch motivierte Ausblendung zu der eingangs umschriebenen Situation des zwar weltweit bekannten, aber in Deutschland weitgehend ungelesenen „illustren Unbekannten“ geführt hatte.<sup>723</sup>

Außerdem erscheint im September 2004 eine Neuauflage des *Kosmos*.<sup>724</sup> Dieses Projekt unter der Federführung Hans Magnus Enzensbergers erlebt ebenfalls ein erhöhtes Medienecho. Auch werden zu Humboldt zwei neue Monografien veröffentlicht.<sup>725</sup> Folglich sind die Mediennutzer nicht nur vom Kontext der Wissenschaft umgeben, sondern auch Alexander von Humboldt begegnet ihnen in Zeitungen, Fernsehsendungen oder im Internet verstärkt. Ijoma Mangold nennt diese Medienaufmerksamkeit ein „Alexander-von-Humboldt-Feuerwerk“: „Nicht nur die Zeitungen berichten davon, das Nachrichtenmagazin *Spiegel* erhebt Humboldt zum Titelhelden, Redakteure von

---

<sup>722</sup> Alexander Honold: *Ankunft in der Weltliteratur: abenteuerliche Geschichtsreisen mit Ilija Trojanow und Daniel Kehlmann*, in: *Neue Rundschau* 118 2007, 1, S. 82-104, hier S. 91.

<sup>723</sup> Ottmar Ette: *Alexander von Humboldt und die Globalisierung*, Frankfurt am Main, Leipzig 2009, S. 299.

<sup>724</sup> Alexander von Humboldt: *Kosmos. Entwurf einer physischen Weltbeschreibung*, hrsg. v. Ottmar Ette, Oliver Lubrich, Frankfurt am Main 2004.

<sup>725</sup> Kehlmann selbst erkennt diese erhöhte Medienaufmerksamkeit um Alexander von Humboldt: Daniel Kehlmann: *Wo ist Carlos Montúfar?* In: ders.: *Wo ist Carlos Montúfar?* Reinbek bei Hamburg 2006, S. 9- 27, hier S. 21f.



*Tagesthemen* und *heute-Journal* berichten mit glühenden Wangen, Talkshows werden zum preußischen Naturforscher ausgerichtet“.<sup>726</sup>

Allerdings gestaltet Kehlmann den Roman mit satirischen Elementen, dadurch hebt er sich inhaltlich und formal von den anderen erschienenen Texten und Beiträgen deutlich ab. Die Wissenschafts- oder Gelehrten satire bildet also damit auch den Gegenpol zu der oben genannten starken Fokussierung auf den Wissenschaftler:

Wie Hans Blumenberg gezeigt hat, sind die Theoretiker und Verkopften, die Forscher und die Sucher seit Jahrtausenden komisch und linkisch dargestellt worden, und genau das ist die Fallhöhe des erfolgreichen Geschichtsstücks, das es leicht hat, mittelständisches Menschlichkeitsspathos und Mathematikphobie gegen die Seltsamen zu mobilisieren. Wo die Normalbürger über die Nerds lachen, stehen die Fakten schon lange fest, nein, sie werden sogar jedes Mal neu befestigt statt betrachtet.<sup>727</sup>

Auch hier entsteht indirekt ein Gegentrend, greift das Buch doch nicht primär die Werke und Leistungen der beiden Genies Humboldt und Gauß auf, sondern erzählt von deren menschlichen Schwächen, also aus ihrem imaginierten Privatleben. Dadurch stillt Kehlmann das Bedürfnis der Leser, mehr über die Figuren zu erfahren. Von vielen Lesern dürften die realen Personen und die fiktiven Figuren vermischt werden, sodass die Grenzen zwischen Dichtung und Wahrheit verschwimmen.

#### 2.3.1.3. Die Medien

Wie bei den beiden vorangegangenen Autoren Süskind und Schlink, lassen sich auch im Falle Kehlmanns die Rezensionen in den Medien nach den positiven und negativen Kritikpunkten sowie nach besonderen Angaben zu seiner Person aufspalten. Im Allgemeinen ist zuerst anzumerken, dass ein Großteil der Rezensionen (und auch hier wiederum sind es vor allem die frühen, kurz nach Erscheinen des Romans gedruckten) sich überwiegend positiv zur *Vermessung der Welt* äußert. In späteren Berichten wird dann auf die vorangegangenen Erfolge verwiesen sowie Verkaufszahlen und die Menge der Übersetzungslizenzen genannt.<sup>728</sup> Auch ändert sich mit der voranschreitenden Zeit und den zunehmenden Erfolgen auch der Grundton in den Rezensionen.

---

<sup>726</sup> Mangold: *Laudatio zur Verleihung des Candide-Preises 2005 an Daniel Kehlmann*, S. 96.

<sup>727</sup> Anna Echterhölter: *Schöner berichten. Alexander von Humboldt, Hubert Fichte und Daniel Kehlmann in Venezuela*, in: *Kultur & Gespenster* 1 2006, S. 72-83, hier S. 74. Auch online in: Homepage von *Textem Verlag*, URL: [http://www.textem.de/fileadmin/kundg/inhalt/Nr\\_1/Echterh%F6lter.pdf](http://www.textem.de/fileadmin/kundg/inhalt/Nr_1/Echterh%F6lter.pdf) (letzter Zugriff am 10.09.2012).

<sup>728</sup> Vgl. hierzu etwa: Weinzierl: *Wenigstens einmal richtig gefeuert*.

Anfänglich sind in einigen Besprechungen überwiegend Lob und positive Worte für den Roman zu verzeichnen. Ein Auszug aus Marius Mellers Kritik ist hier als Beispiel angeführt:

Der exorbitante Erfolg des Romans *Die Vermessung der Welt* des 1975 geborenen Autors Daniel Kehlmann läßt sich hierzulande nur vergleichen – was Kritikerurteil und Verkaufszahl angeht – mit Günter Grass' *Die Blechtrommel* (1959), mit Patrick Süskinds *Das Parfum* (1985) und Bernhard Schlinks *Der Vorleser* (1995). Anfang des Jahres ging das neuhunderttausendste Exemplar über den Bücherladentisch – im Hardcover, das Taschenbuchgeschäft hat noch nicht einmal begonnen. Damit gehört *Die Vermessung der Welt* zu den erfolgreichsten Romanen seit Gründung der Bundesrepublik, zumindest in demjenigen Sektor der Literaturproduktion, den man am praktischsten immer noch als Hochliteratur bezeichnet.<sup>729</sup>

Deutlich wird hier, dass Meller *Die Vermessung der Welt* in eine Reihe mit Schlinks *Vorleser* und Süskinds *Parfum* stellt. Auch den großen Bestsellererfolg nach dem zweiten Weltkrieg (Grass' *Blechtrommel*) nennt der Verfasser. Jedoch ist Kehlmanns quantitativer Erfolg deutlich geringer als der der anderen Werke. Dies zeigt sich auch daran, dass eine Verfilmung immer wieder angekündigt, allerdings nie umgesetzt wurde.<sup>730</sup>

In stilistischer Hinsicht nennen die Kritiker immer wieder die indirekte Rede als markante Eigenschaft.<sup>731</sup> Als positiv befinden die Kritiker weiter, dass Kehlmann „völlig prunklos“ erzähle und „keine Hierarchien, keine großen Spannungsbögen, keine raffinierten Plots“ kreierte.<sup>732</sup> Insgesamt wirke das Buch unterhaltsam, „als sei es für den mündlichen Vortrag geschrieben.“<sup>733</sup> Sprache und Handlung sind also gleichermaßen gut (mithin schnell) lesbar. Auch verwickelt Kehlmann ja nicht allzu viele Personen in die Handlung der *Vermessung der Welt*, sodass der Leser auch nach einer längeren Lesepause relativ rasch wieder in das Geschehen finden kann.

Stark auf den Text fokussiert befindet Martin Krumbholz, dass sich Kehlmann mit „fast dokumentarischer Akribie und viel Sinn für hübsche Erfindungen [...] als ein früher

---

<sup>729</sup> Meller: *Die Krawatte im Geiste*, S. 248.

<sup>730</sup> Vermutlich kommt der Film nun am 25.10.2012 in die Kinos. Vgl.: o. V.: *Drehende Vermessung*, in: Homepage von Boje Buck, URL: <http://www.bojebuck.de/de/> (letzter Zugriff am 17.09.2012). Übrigens distanziert sich Kehlmann bereits im Vorfeld von einer Verfilmung, da er davon überzeugt ist, diese könne dem Text nicht gerecht werden, da sich dieser vor allem durch die humoresken Elemente, welche mittels der indirekten Rede entstehen, speist. Vgl. dazu: Daniel Kehlmann, Jeffrey Eugenides: *Konversation beim 2008 PEN World Voices Festival*, in: Homepage von PEN, URL: <http://www.pen.org/viewmedia.php/prmMID/4022/prmID/1792> (letzter Zugriff am 14.09.2012).

<sup>731</sup> Etwa bei Martin Krumbholz: *Das Glück – ein Rechenfehler. Daniel Kehlmanns Roman Die Vermessung der Welt*, in: *Neue Zürcher Zeitung* vom 18.10.2005; Julika Pohle: *Götter in wer weiß: Griesgram Gauß trifft Pedanten Humboldt. Romancier Kehlmann zu Gast im Literaturhaus*, in: *Die Welt* vom 04.10.2005.

<sup>732</sup> O. V.: *Giganten unter sich*, in: *Der Spiegel* vom 26.09.2005.

<sup>733</sup> O. V.: *Giganten unter sich*. Übrigens verweist dieser Artikel auch auf das zeitgleich erscheinende Hörbuch.

Meister einer auf den ersten Blick konventionellen und dabei doch hochartifizierten Erzählkunst“ erweist.<sup>734</sup> Auch attestiert Krumbholz ein „exquisites Lesevergnügen“. Till Briegleb bezeichnet *Die Vermessung der Welt* als „hochvergnügendes Spiel mit den Absurditäten des Geniekults.“<sup>735</sup> Interessanterweise bezieht sich Briegleb – ein Autor der *Financial Times Deutschland* – strikt auf den Text, zur Person des Autors macht er keine Angaben. Jedoch verweist er indirekt durch die Bildunterschrift (Kehlmann sitzt hier in einem Café vor diversen Tageszeitungen) auf das Image des Schriftstellers: „Der Dichter als Poser. Daniel Kehlmann nutzt den Blätterwald auch im Caféhaus zur Selbstinszenierung.“ Anzumerken ist bei dieser Aussage, dass sich Kehlmann selbst ja nicht als Kaffeehausliterat sieht (vgl. dazu den Abschnitt 2.3.1.5. Der Autor).

Überaus positiv fällt auch die Rezension in der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* von Felicitas von Lovenberg aus. Neben einer langen Auflistung sämtlicher Erfolge Kehlmanns und seines Romans lobt sie vor allem die „Sachhaltigkeit“ des Romans.<sup>736</sup> Somit sieht sie einen positiven Aspekt für den Leser vor allem im Informationsgehalt des Buchs und vermeint auch, der Text könne auf mehreren Ebenen gelesen werden. Insgesamt, so von Lovenberg, eröffnet der Roman „dem Leser eine fremde Welt, in der er sich zur Abwechslung endlich einmal nicht selbst wiedererkennen kann.“ Folglich wird die Nicht-Identifikation mit den Protagonisten als Lesestimulanz herausgestellt. Dieser Aspekt ist aber nur insofern zu unterstützen, da eben diese Unmöglichkeit der Identifikation auch gewollt ist – der Leser will nicht so sein wie Humboldt oder Gauß, da diese durch ihre menschlichen und sozialen Defizite zu gesellschaftlichen Außenseitern stilisiert werden. Anders sieht dies Helmut Gollner, der befindet: „Kehlmanns Roman ist ein feinsinniges Buch, das sein Auslangen nicht im Vergnügen an der Entheroisierung findet, sondern das seriöse Kulturkritik zum Vergnügen macht.“<sup>737</sup> Er erkennt folglich eine weitere Ebene der Rezeption. Dies verweist indirekt wiederum auf Süskinds Roman *Das Parfum* mit seinen verschiedenen Rezeptionszugängen. In Frage zu stellen ist jedoch, inwiefern dieses eigentlich postmoderne Element der Vielschichtigkeit bei Kehlmann wiederzufinden ist. Gewiss kann das Buch auf zwei (oder eventuell sogar mehreren) Ebenen gelesen werden, doch ob es schlicht der Unterhaltung dient (etwa ohne Rücksichtnahme auf historische

---

<sup>734</sup> Krumbholz: *Das Glück – ein Rechenfehler*.

<sup>735</sup> Till Briegleb: *Kanonenkugeln über Göttingen. Daniel Kehlmann verknotet die Biografien zweier deutscher Genies zu einem faszinierenden Roman*, in: *Financial Times Deutschland* vom 30.09.2005.

<sup>736</sup> Felicitas von Lovenberg: *Vermessung eines Erfolgs. Daniel Kehlmann geht mit seinem Roman auf Rekordkurs*, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 26.01.2006.

<sup>737</sup> Helmut Gollner: *Auf Besuch beim deutschen Geist*, in: *Literatur und Kritik* 2005, 397/398, S. 79-81, hier S. 79.

Verweise oder ironische Selbstzitate) oder in Hinblick auf eine tiefergreifende Interpretation gelesen wird, ist schlicht vom Leser abhängig. Die Tatsache, dass das Buch unterschiedliche Lesergruppen anspricht – wie es auch Manfred Schneider formuliert: „eine Doppelbiografie, die sowohl dem Bücherfresser wie dem Freund der Wissenschaftsgeschichte ein maßloses Vergnügen bietet“<sup>738</sup> – diesem Aspekt ist durchaus zuzustimmen.

Immer wieder beschreiben die Kritiker dieselben Episoden aus dem Roman. So zum Beispiel jene, als Gauß seine Hochzeitsnacht unterbricht, um eine Formel zu notieren.<sup>739</sup>

Auch die Episode, in der Humboldt im Dschungel Lateinamerikas Goethes *Wanderers Nachtlied* frei ins Spanische übersetzt und damit bei seinen Zuhörern auf Unverständnis stößt (Humboldt gibt lediglich den Inhalt wieder), wird in diversen Buchbesprechungen nacherzählt.<sup>740</sup> Diese beiden Beispiele illustrieren den Humor Kehlmanns offensichtlich besonders einleuchtend. Dem Leser wird vermittelt, mit welchen Methoden der Schriftsteller die beiden Geistesgrößen herabsetzt, wie er sich also der menschlichen Seite der beiden annähert.

Doch was so mancher Kritiker als positiv bewertet, kann auch negativ ausgelegt werden. Interessant ist, dass in der Besprechung im *Spiegel* zuerst die geringe Komplexität der Handlung und die fehlenden großen Spannungsbögen gelobt werden, dann aber bemerkt der Verfasser, dass der Roman „in der Beiläufigkeit auch dort stecken [bleibt], wo es das Crescendo braucht.“<sup>741</sup> Des Weiteren wird im *Spiegel* der Schluss des Romans als enttäuschend empfunden.<sup>742</sup> Dies steht wiederum im Zusammenhang mit dem fehlenden umfassenden Spannungsbogen. Ebenso befindet mancher Kritiker den „knappen reportierenden Stil, der teilweise an Abenteuerromane erinnert“, als negativ.<sup>743</sup>

Als nicht mehr als erfundene Anekdoten bezeichnet Hubert Winkels *Die Vermessung der Welt*. Zwar lobt der Verfasser einige Aspekte des Romans

---

<sup>738</sup> Manfred Schneider: *Vermessene Messlust*, in: *Literaturen* 10/2005, S. 53-55, hier S. 53.

<sup>739</sup> Etwa bei Krumbholz: *Das Glück – ein Rechenfehler*; Urs Jenny: *Duett der Solipsisten*, in: *Spiegel Spezial: Bücher 2005*, Nr.6/05; Martin Lüdke: *Doppelleben einmal anders*, in: *Frankfurter Rundschau* vom 28.09.2005.

<sup>740</sup> Etwa bei Krumbholz: *Das Glück – ein Rechenfehler*; Hubert Spiegel: *Daniel Kehlmann „Die Vermessung der Welt“*, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 22.10.2005, auch online in: Homepage der FAZ, URL: <http://www.faz.net/artikel/C31468/mexiko-taxco-de-alarcon-daniel-kehlmann-die-vermessung-der-welt-30107989.html> (letzter Zugriff am 17.09.2012); Ijoma Mangold: *Da lacht der Preuße, und der Franzose staunt*, in: *Süddeutsche Zeitung* vom 24.09.2005.

<sup>741</sup> O. V.: *Giganten unter sich*.

<sup>742</sup> Matthias Matussek, Matthias Schreiber, Olaf Stampf: *„Mein Thema ist das Chaos“*, in: *Der Spiegel* vom 05.12.2005.

<sup>743</sup> Till Briegleb: *Kanonenkugeln über Göttingen*.

[u]nd trotzdem hätte man gerne mehr gehabt, wäre gerne stärker ins Drama der Erkenntnis hineingerissen worden, hätte gerne mehr über den Zusammenhang zwischen naturwissenschaftlicher und kultureller Erkenntnisproduktion erfahren, auch darüber, was den wissenschaftlich-mathematischen Weltzugang im Kern befeuert. Dafür dass sich Kehlmann nicht an die Fakten hält, also einen Roman schreibt, hätte er mehr wagen, mehr spekulieren dürfen, auch über literarische und mathematische Darstellungsverfahren.<sup>744</sup>

Bemängelt wird auch, dass Kehlmann die Gattung des historischen Romans wählte,<sup>745</sup> gleitet diese doch allzu schnell in die Trivialität ab. Im Zusammenhang damit steht auch der Vorwurf der mangelnden Tiefe, denn, so drückt es Urs Jenny aus, „Schwereelosigkeit bedeutet auch Harmlosigkeit.“ Auch Hubert Winkels befindet: „Und doch fehlt es ihm [Daniel Kehlmann, S. B.] an literarischem Mut, an Spiellaune, Erfindungsfreude und Gegenwartsbezug.“<sup>746</sup> Hier werden genau jene Aspekte kritisiert, die vorangehend als Gegentrend ausgemacht wurden. Auch sind es Elemente eines eher traditionellen Erzählens, die den Kritikern missfallen: „Österreich zeigt, was Normalität ist: das lustvolle Aufgeben allen Widerstands. Das ist das so genannte neue Erzählen: der Triumph der Halbtalente. Und der wahre Tod des Autors.“<sup>747</sup> Die Kritiker fordern also weniger eine Rückkehr zum traditionellen Erzählduktus, vielmehr verlangen sie nach experimenteller Literatur.

Besonders Tilman Krause beurteilte den Roman deshalb als negativ. Gleich zu Beginn seines Artikels konstatiert er:

Natürlich muß man den Autor erst mal in Schutz nehmen. 450.000 verkaufte Exemplare seines Romans "Die Vermessung der Welt". Diese Zahl ist allerdings hart an der Grenze zur Anrüchigkeit. Diese Zahl sollte man den Michel Houellebecq's überlassen. Den Dieter Bohlens.<sup>748</sup>

Anschließend zählt Krause die – seiner Meinung nach offensichtlichen – Erfolgsfaktoren für das Buch auf, wobei er sich hauptsächlich auf den folgenden fokussiert: Es handelt sich bei der *Vermessung der Welt* um einen historischen Roman, der im 19. Jahrhundert, also in eben jener „langen Epoche bürgerlicher Sicherheit und

---

<sup>744</sup> Hubert Winkels: *Als die Geister müde wurden. Daniel Kehlmann lässt gekonnt zwei Melancholiker des Wissens aufeinander los*, in: *Die Zeit* vom 13.10.2005.

<sup>745</sup> Jenny: *Duett der Solipsisten*.

<sup>746</sup> Winkels: *Als die Geister müde wurden*.

<sup>747</sup> Peter Zimmermann: *Hölle der Halbtalentierten*, in: *Österreichischer Rundfunk Ö1* am 17.4.2006, auch online, in: Homepage von *Österreichischer Rundfunk Ö1*, URL: <http://oe1.orf.at/artikel/204465> (letzter Zugriff am 18.09.2012).

<sup>748</sup> Tilman Krause: *Kein Rätsel Kehlmann*, in: *Die Welt* vom 4.3.2006, auch online in: Homepage von *Die Welt*, URL: [http://www.welt.de/print-welt/article201470/Kein\\_Raetsel\\_Kehlmann.html](http://www.welt.de/print-welt/article201470/Kein_Raetsel_Kehlmann.html) (letzter Zugriff am 14.09.2012).

Solidität“, angesiedelt ist, wie sie sich wohl auch die Leserschaft des Romans erwünscht.

Auch kommen die Rezensenten bei diesem Roman nicht umhin, einige Zusatznutzen auszumachen. Allen voran stehen hier die beim Lesen gewonnenen Erkenntnisse über die Protagonisten.<sup>749</sup> Auch über die damalige Zeit und die Reisegegenden Humboldts lassen sich Erkenntnisse ziehen. Bei Krause wird der „Lerneffekt“ des Romans mit einem sarkastischen Ton dargestellt:

So hat man also, wenn man das Buch gelesen hat, wieder einmal was gelernt. Man hat eine Lektion in Naturwissenschaften und in preußischer Geschichte der nachnapoleonischen Restaurationszeit bekommen. Und zwar in jenem überlegen ironischen, mitunter spöttischen, leicht slapstickhaften Tonfall, den auch Harald Schmidt so gut beherrscht. Ja, Kehlmann ist der Harald Schmidt unter den Schriftstellern der Gegenwart.

Doch reiche das Buch eben – so Krause – nicht an die Qualitätsliteratur heran: „Es fehlen vor allem Leidenschaft und Tiefe. Es fehlen Lust und Drang zu problematisieren. Es fehlen die weitausholenden Gebärden der Welterklärungswucht. Es fehlt mit anderen Worten - das 19. Jahrhundert.“

Auch in der Wochenzeitung *Die Zeit* fällt ein später Artikel zur *Vermessung der Welt* recht negativ aus:

Unterfüttert durch verstörend-fiktive biographische Details und unbekümmert um die historische Realität hat er sich so zwei phantastische Figuren zurechtgeschnitten, die seiner These vom Welterfinden und Weltvermessen ausgezeichnet entsprechen, dummerweise aber kaum noch den historischen Personen.<sup>750</sup>

Deutlich wird hier, dass es dem Verfasser vor allem um die historischen Aspekte und deren Wahrheitsgehalt im Roman geht. Die schlechte Recherche des Autors erlaube es folglich nicht, die dargestellten Anekdoten als Fakten zu klassifizieren. Dieser Kritikpunkt ist auch in der wissenschaftlichen Literatur wiederzufinden. Dabei scheint für Wolfgang Griep zwar ersichtlich zu sein, dass es sich um einen Roman (also um Fiktion) handelt, jedoch kritisiert er diesen Punkt wegen Kehlmanns Auftreten: „Allerdings ist der Schriftsteller Daniel Kehlmann gewiss kein Autor, der zu den großen Geschichtzertrümmerern und Figurenwerfern in der Nachfolge Heiner Müllers gehört, sondern eher ein Stilist, der das Air des jungen Gelehrten pflegt und historische

---

<sup>749</sup> Winkels: *Als die Geister müde wurden*.

<sup>750</sup> Wolfgang Griep: *Der Kehlmann-Kanal*, in: *Die Zeit* vom 20.04.2007. Auch online, in: Homepage von *Die Zeit*, URL: <http://www.zeit.de/online/2007/16/L-Kehlmann> (letzter Zugriff am 13.09.2012).

Kenntnis suggeriert.“<sup>751</sup> Griep wirft dem Autor damit vor, die Authentizität seines Romans durch sein Auftreten und seine persönliche Stilisierung zu schüren.

Eine Bezugnahme zu Kehlmanns Person oder eine Verbindung zwischen Autor und Text versuchen einige Journalisten herzustellen. Einige Berichtersteller – und im Vergleich mit den beiden vorangegangenen Autoren sind dies auffällig viele – begleiten Kehlmann auf Veranstaltungen. Dann informieren sie nicht nur über das Event, sondern vor allem vom Auftreten des Schriftstellers. Auch ist hier der Romantext kaum von Bedeutung, die Artikel fokussieren überwiegend auf die Person und deren Eigenheiten. Die im theoretischen Teil formulierte Annahme, dass es bei den Artikeln weniger um den Text und verstärkt um den Autor geht, bestätigt sich bei Daniel Kehlmann vor allem bezüglich Interviews und späterer Berichte (also nicht primär reiner Rezensionen). Auch häuft sich diese Art von Artikeln mit dem Bekanntheitsgrad von Buch und Autor – und interessanterweise auch mit der höheren Position auf der Bestsellerliste.

In ihren Berichten schreiben die Journalisten oft über das Elternhaus Kehlmanns. Immer wieder werden Familienhintergründe erläutert, die Berufe der Eltern und Großeltern erwähnt sowie Kehlmanns doppelte Staatsbürgerschaft.<sup>752</sup> Auch Details über seinen Wohnort und die Größe seiner Wohnung<sup>753</sup> werden in den Zeitungsartikeln genannt. Des Weiteren berichten die Verfasser über die Ausbildung des Autors: „Mit 23 Jahren beendete der Ex-Jesuitenschüler sein Studium der Philosophie und Literaturwissenschaft, erlernte Zauberei und verfasste bislang sieben Bücher. Die Promotion über Kant liegt auf Eis.“<sup>754</sup> Dass Kehlmann von Jesuiten unterrichtet wurde, verstärkt das von den Medien provozierte Image des höflichen Gelehrten. In einem anderen Interview wird er gar als „deutsch-österreichische[s] Bildungswunder“ bezeichnet.<sup>755</sup> Auch die Beschreibungen seiner Haltung und seines Aussehens untermauern dieses Image:

Daniel Kehlmann sitzt auf der Bühne im Essener Schauspielhaus, die Hände artig vor sich auf einem Holztisch gefaltet, und macht ein nettes Gesicht. Während er die euphorische Einleitung der Veranstaltung abwartet, lächelt der 31-Jährige höflich an den richtigen Stellen, dann liest er, dann signiert er.<sup>756</sup>

---

<sup>751</sup> Griep: *Der Kehlmann-Kanal*.

<sup>752</sup> Weinzierl: *Wenigstens einmal richtig gefeuert*.

<sup>753</sup> Weinzierl: *Wenigstens einmal richtig gefeuert*.

<sup>754</sup> Holzer: *Des Zauberlehrlings Meisterprüfung*.

<sup>755</sup> Matussek, Schreiber, Stampf: *Mein Thema ist das Chaos*.

<sup>756</sup> Holzer: *Des Zauberlehrlings Meisterprüfung*.

Dann verfällt die Verfasserin in einen schwärmenden Ton, als sie von der Lesung berichtet. Jedoch konzentrieren sich ihre Beschreibungen keineswegs auf den Text, sondern auf das Aussehen und Auftreten des Schriftstellers:

Zu sympathisch der zurückhaltende Autor mit dem weichen österreichischen Zungenschlag, der hier schon sein siebtes Buch präsentiert und dessen Gesicht mit den braunen Augen, den runden, glatten Wangen und dem großen Mund so jung wirkt, dass man sich nicht wunderte, trüge er noch Zahnspangen auf den Bubenzähnen. Neben anderen jungen deutschen Autoren wirkt Kehlmann wie der ernsthafte, eigenbrötlerische Einserschüler, von dem sich auf der Klassenfahrt noch meistens herausgestellt hat, dass er saukomisch ist.<sup>757</sup>

Über Kehlmanns Aussprache und seinen Akzent schreibt auch Jakob Augstein: „Kehlmanns Stimme ist hell und weich und mit einem melodischen Akzent versehen, den die Leute hier im Norden für österreichisch halten werden, die Österreicher aber als süddeutsch entlarven.“<sup>758</sup> Dann geht er mit ähnlichen Worten auf Kehlmanns Aussehen ein:

[...] sein Gesicht ist jung und glatt und ebenmäßig, und die Augen liegen tief darin und sind groß und ruhig und braun, und wenn er redet, bewegt sich das Gesicht nicht, und die Augen bewegen sich auch nicht. Das ist ein bißchen beunruhigend, als spräche nicht er selbst, sondern es aus ihm heraus.<sup>759</sup>

Ein weiteres Beispiel zeigt der folgende Ausschnitt mit einer ähnlichen Aussage mit leichten Abwandlungen:

Er ist ein Starautor, doch auf der Straße wird er nicht erkannt, von niemandem behelligt. Ein Mann, dem Allüren fremd sind. Sein Gesicht wirkt zart und offen, Grüblerisches oder gar Zerquältes sucht man darin vergebens. Doch sobald er über sich und seine Arbeit spricht, wird Kehlmann lebhaft und zeigt eine wache Intelligenz. Er formuliert unpräzise, ohne Imponiergehabe – ganz wie beim Schreiben.<sup>760</sup>

Diese Gemeinsamkeiten in den Rezensionen stehen für die zu Beginn erläuterte Homogenisierung innerhalb des Journalismus. Die Verfasser greifen sich einige wenige Attribute heraus und beschreiben diese dann immer wieder. Dadurch schärft sich auch das Image des Schriftstellers, dessen (scheinbar herausragenden) Eigenschaften wiederholt dargestellt werden.

---

<sup>757</sup> Holzer: *Des Zauberlehrlings Meisterprüfung*.

<sup>758</sup> Jakob Augstein: *Der Handlungsreisende*, in: *Die Zeit* Nr. 48 vom 24.11.2005.

<sup>759</sup> Augstein: *Der Handlungsreisende*.

<sup>760</sup> Hage: „*Ich habe sehr gelitten*“, S. 149.



Kehlmanns Image und sein Auftreten werden auch in anderen Berichten mit seiner österreichischen Herkunft in Verbindung gebracht. Ulrich Weinzierl konstatiert, dass Kehlmann „das Gegenteil eines Kaffeehausliteraten“ sei:

Zeitungen konsumiert er lieber zu Hause oder gleich im Internet, rauchgeschwängerte Atmosphäre ist seine Sache nicht. Er sei auf Diät, sagte er, und sieht doch makellos schlank aus. Aber die auf den Lesereisen mit den üppigen Frühstücksbüffets in den Hotels erworbenen Kilos mußten abgespeckt werden. Und da war noch die Woche im Januar auf der historischen Luxussegelyacht „Sea Cloud“ in der Karibik – eine Dienstkreuzfahrt zum Verfertigen einer Reportage für das Magazin „Park Avenue“. Also das übliche Menü: Salat.<sup>761</sup>

Auf eben jenes Gericht – das sich Kehlmann offenbar des Öfteren beim Treffen mit Journalisten bestellt – geht auch Kerstin Holzer ein:

So sitzt er [Daniel Kehlmann, S. B.] etwa harmlos in seinem braunen Tweedsakko über der Karte im Café, bis sein Blick, offenbar geschärft für skurrile Randbeobachtungen, auf die „bunte knackfrische Frühlings-Salatvariation mit saftigen Rinderfiletspitzen“ fällt. Interessant! In Wien hieße ein derartiges Gericht: Salat. Auf Nachfrage: groß.<sup>762</sup>

Ebenfalls äußert sich der Autor selbst zu den Darstellungsweisen seiner Person in den Medien: „Zu oft habe er Porträts nach nur einer Begegnung über sich lesen müssen, die notgedrungen Nichtigem eine übergroße, ja symbolische Bedeutung zumaßen: was er während des Treffens gegessen habe zum Beispiel. Und wie.“<sup>763</sup>

Interessant ist, dass manche Artikel auch eine Vorschau auf den kommenden Text Kehlmanns geben. So sagt Kehlmann selbst in einem Interview, dass das nächste Buch deutlich „düsterer“ werde als es die *Vermessung der Welt* ist.<sup>764</sup> Auf die früheren Bücher Kehlmanns greifen die Rezensenten weitaus seltener zurück, einzig *Ich und Kaminski* wird hin und wieder als „Durchbruch“ erwähnt.

Insgesamt lässt sich beobachten, dass die Rezensionen in der *Süddeutschen Zeitung*, der *Frankfurter Rundschau* und der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* Kehlmanns Buch durchweg loben.<sup>765</sup> Ob ein Zusammenhang zwischen den positiven Rezensionen und Kehlmanns Tätigkeiten für diese Medien besteht – er verfasste selbst Artikel für die genannten Zeitungen – ist fraglich. Dass die Zeitungen aber die Kritiken zur eigenen

---

<sup>761</sup> Weinzierl: *Wenigstens einmal richtig gefeuert*.

<sup>762</sup> Holzer: *Des Zauberlehrlings Meisterprüfung*.

<sup>763</sup> Soboczynski: *Daniel Kehlmanns Porträt*, S. 50.

<sup>764</sup> Weinzierl: *Wenigstens einmal richtig gefeuert*.

<sup>765</sup> Vgl.: Thomas Steinfeld: *Teutonische Angst vor der Freiheit*, in: *Süddeutsche Zeitung* vom 29.01.2007; Lüdke: *Doppelleben, einmal anders*; Hubert Spiegel: *Was vom Tage übrig bleibt*, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 17.10.2005.

Profitgenerierung nutzen, ist offensichtlich: Bei der *Süddeutschen Zeitung* ist beispielsweise der Bestseller nebst dazugehörigem Hörbuch im Shop erhältlich.

Kehlmann tritt auch in anderen Medien auf, so sind Interviews in Fernsehen und Internet von ihm zu finden. In Elke Heidenreichs Sendung *Lesen!* wurde bereits im Juni 2003 *Ich und Kaminski* besprochen (wozu sich im Übrigen auch Marcel Reich-Ranicki lobend äußerte). Bereits am 4. Oktober 2005, also etwa zehn Tage nach Erscheinen, bewertete Heidenreich dann *Die Vermessung der Welt* in ihrer Sendung.

Kehlmann ist mit seinem Roman *Die Vermessung der Welt* in der gesamten Medienwelt präsent. Sämtliche journalistische Formen der Berichterstattung wurden ausgereizt, um über Autor und Buch zu informieren.

#### 2.3.1.4. Die Preise

Daniel Kehlmann erhielt für *Die Vermessung der Welt* zahlreiche Preise, wovon hier nur ein paar genannt werden: Candide-Preis (2005), Preis der Konrad Adenauer Stiftung (2006), Heimito von Doderer-Preis und Kleist-Preis (2006) und den WELT-Literaturpreis (2007).<sup>766</sup> Weiterhin erhielt er am 18. Oktober 2008 den Thomas-Mann-Preis. Er wird damit in eine Reihe gestellt mit Größen wie Günter Grass (1996), Siegfried Lenz (1984) oder Uwe Johnson (1978).

Wie Bernhard Schlink hielt auch Daniel Kehlmann stets eine Dankesrede. Selbige und/oder die Laudatio wurden dann wiederum in Zeitungen abgedruckt. Auch dies verstärkt den Bekanntheitsgrad von Autor und Text und generiert neue Käufer. Ein Blick auf die Laudationes zeigt, dass häufig Bezug auf die Erfolge des Schriftstellers genommen wird. So formuliert Günter Blamberger etwa:

Da könnte man also starr werden vor Glück, vor allem wenn man im Jahr 2006 gleich drei Preise hintereinander bekommt wie Sie, Herr Kehlmann, den Literaturpreis der Konrad-Adenauer-Stiftung, den Heimito-von-Doderer-Preis und heute den Kleist-Preis und die ganze Zeit unter den Top 5 der >Spiegel<-Bestsellerliste steht.<sup>767</sup>

Viele der Redner kommen auf den unterhaltsamen Stil zu sprechen, wie etwa Uwe Wittstock: „Der Roman ist brillant geschrieben, dramaturgisch meisterhaft gebaut,

---

<sup>766</sup> Vgl.: Homepage von *Daniel Kehlmann*, URL: <http://www.kehlmann.com/inhalt11.html> (letzter Zugriff am 14.09.2012).

<sup>767</sup> Günter Blamberger: *Cur der Geister oder Die Kunst des Abstands. Rede zur Verleihung des Kleist-Preises an Daniel Kehlmann am 19. November 2006 in Berlin*, in: *Kleist-Jahrbuch* 2007, S. 3-8, hier S. 3. In ähnlicher Form auch bei Tilmann Krause: *Größe und Komik deutscher Literatur*, in: *Die Welt* vom 6.10.2007, online auch in: Homepage von *Die Welt*, URL: [http://www.welt.de/welt\\_print/article1239716/Groesse\\_und\\_Komik\\_deutscher\\_Kultur.html](http://www.welt.de/welt_print/article1239716/Groesse_und_Komik_deutscher_Kultur.html) (letzter Zugriff am 14.09.2012).

schon deshalb höchst unterhaltsam und nachweislich enorm publikumswirksam.“<sup>768</sup> Auch im Inhalt werden innovative Muster ausgemacht, die der deutschen Literatur anscheinend einen neuen Schub geben: „Kehlmann beweist, dass realistische historische Romane nicht traditionsgebunden sein müssen, rückständig, hoffnungslos obsolet – dieses Odium hatten und haben sie – sondern geradezu Medien der Romaninnovation sein können“,<sup>769</sup> konstatiert Blamberger. Von einem „Experimentalroman über Größe und Komik der deutschen Klassik“<sup>770</sup> spricht Tilmann Krause. Außerdem gilt der Autor den Rednern als „würdiger Nachfahre der großen Wiener Literatur“<sup>771</sup> und wird mit Schriftstellern wie Thomas Mann verglichen.<sup>772</sup> Uwe Wittstock ist einer der wenigen, der in der Laudatio auf den magischen Realismus in Kehlmanns Texten verweist.<sup>773</sup> Außer auf seine Jugend nehmen die Redner selten Bezug auf Persönliches. Eine Ausnahme ist Tilmann Krause, der auch von den im Holocaust umgekommenen Verwandten Kehlmanns spricht und auf den „verständnisvollen Künstlerhaushalt“ verweist, in dem der Autor aufwuchs.<sup>774</sup> Auch Ijoma Mangold zeichnet einen knappen Lebenslauf des Schriftstellers nach.<sup>775</sup>

Die Preisverleihungen nutzt Kehlmann selbst, um über sein Werk und Leben zu sprechen. Besonders in der Dankesrede bei der Verleihung des Welt-Literaturpreises kommt dies zum Ausdruck. Hier versucht der Schriftsteller, seine Gefühle mit Witz und der gleichzeitigen Vermittlung von Bescheidenheit über den Erfolg der *Vermessung der Welt* darzulegen:

Und mit dem nächsten Roman, dessentwegen ich die Ehre habe, jetzt vor Ihnen zu stehen, erfüllte sich alles, was ich nicht einmal zu wünschen gewagt hatte: ein Hauptgewinn, ein Jackpot in der Lotterie, ein Blitzschlag, nach dem alles anders ist als zuvor. Hat man so etwas hinter sich, sind die Probleme plötzlich neue. Wenn man sich eben noch daran zu gewöhnen versuchte, daß man die eigene Arbeit eben machen muß, auch wenn die Moden andere sind und nur wenige Leser sich auf jene Spiele mit Wirklichkeit und Schein einlassen möchten, die einen am Herzen liegen, so muss man jetzt plötzlich einen Weg finden, die Arbeit weiterzuführen, obwohl so beängstigend viele Leute an ihr interessiert sind und einen nun wie den Landvermesser seine Gehilfen bei jeder Erwähnung die Worte „Erfolg“, „Verkauf“ und „Bestseller“ begleiten. Der eigene Name wird, ohne daß man etwas anders gemacht hätte als zuvor, sprichwörtlich fürs Gegenteil dessen, was man doch bis vor kurzem war.<sup>776</sup>

<sup>768</sup> Wittstock: *Die Realität und ihre Risse*, S. 10.

<sup>769</sup> Blamberger: *Cur der Geister oder Die Kunst des Abstands*, S. 6.

<sup>770</sup> Krause: *Größe und Komik deutscher Literatur*.

<sup>771</sup> Roland Z.Bulirsch: *Weltfahrt als Dichtung. Laudatio auf Daniel Kehlmann*, in: *Sinn und Form* 58 2006, 6, S. 846-852, hier S. 848.

<sup>772</sup> Krause: *Größe und Komik deutscher Literatur*.

<sup>773</sup> Wittstock: *Die Realität und ihre Risse*, S. 16.

<sup>774</sup> Krause: *Größe und Komik deutscher Literatur*.

<sup>775</sup> Mangold: *Laudatio zur Verleihung des Candide-Preises 2005 an Daniel Kehlmann*, S. 98.

<sup>776</sup> Daniel Kehlmann: *Die Katastrophe des Glücks. Dankesrede zur Verleihung des WELT-Literaturpreises*, in: ders.: *Lob. Über Literatur*, Reinbek bei Hamburg 2010, S. 169-178, hier S. 172.

Auch dass der Autor letztendlich das Preisgeld für einen guten Zweck spendet, untermauert das Image eines bescheidenen Menschen. Anzumerken ist weiterhin, dass Kehlmann selbst auch oft die Lobreden auf andere Preisträger hält. Zahlreiche seiner Laudationes sind in einem eigenen Buch erschienen.<sup>777</sup> Das bedeutet, dass auch solche Auftritte von *Rowohlt* weiter verwertet werden, um die Vermarktung zu fördern.

Kritisch sieht übrigens kaum jemand die Preisverleihungen. Einzig Evelyne Polt-Heinzl merkt an, dass die Vergabe des Kleist-Preises an Kehlmann wohl hauptsächlich dem Medienhype um Autor und Werk geschuldet sei.<sup>778</sup>

#### 2.3.1.5. Der Autor

Im Vergleich zu Süskind und Schlink präsentiert sich Kehlmann in den Medien besonders häufig. Dabei setzt er vor allem mit seinem Auftreten einen Gegentrend zu anderen Gegenwartsautoren:

Der Habitus dieses äußerst belesenen Autors signalisiert Neuigkeitswert und zugleich die Wiederkehr von etwas nicht mehr für möglich gehaltenem: Nicht vielseitiger, politisch bewusster und in der Öffentlichkeit gefragter Intellektueller wie Alexander Kluge oder Hans Magnus Enzensberger; nicht Gesellschaftskritiker, nicht Vaterlandsbeschimpfer, nicht Misanthrop, nicht Sadist oder Masochist, auch kein programmatischer Kulturkonservativer wie Martin Mosebach und als Autor kein Phantom, das sich hinter seinen literarischen Fiktionen unsichtbar gemacht hätte wie Patrick Süskind. Dieser Autor tritt, überspitzt formuliert, als Inkarnation eines juvenilen, die Ironie als Stilmittel und als „Haltung“ auf neue Art perfektionierenden Thomas Mann ins literarische Feld: Für ihn sind charakteristische Attribute wie: kultiviert, gebildet, höflich, polyglott, mehrsprachig, belesen, computerspielend (jedenfalls früher), wissensdurstig, nach Erkenntnis strebend, reiselustig.<sup>779</sup>

Auch erwähnt Kehlmann in Interviews, welche Jobs er als Student hatte, dass er beispielsweise am Projekt „Wörterbuch der Redensarten in der „Fackel“ von Karl Kraus“ mitgearbeitet hat.<sup>780</sup> Daneben wird immer wieder erwähnt, dass er seine Dissertation über Kant abgebrochen habe. Diese Facetten zeigen, dass Kehlmann zwar einen akademischen Abschluss hat, auch des akademischen Arbeitens (zumindest in Teilen) fähig ist, jedoch ein Leben an der Uni zugunsten der Literatur und der Schriftstellerei aufgegeben hatte. Dennoch ist der akademische Hintergrund eine wesentliche Facette bei der Imagebildung.

---

<sup>777</sup> Daniel Kehlmann: *Lob. Über Literatur*, Reinbek bei Hamburg 2010.

<sup>778</sup> Evelyne Polt-Heinzl: *Symbolfigur der neuen Erzählgeneration*, in: *Die Furche* (Wien) 23.11.2006.

<sup>779</sup> Haefs: *„Deutschlands literarischer Superstar“?* S. 244.

<sup>780</sup> Weinzierl: *Wenigstens einmal richtig gefeuert*.

In Interviews erklärt er, dass er weder gerne tanzen ginge noch sich für Mode interessiere. Dahingegen untermauert er seine Fähigkeit zum Multitasking und seine Liebe zu Beethoven.<sup>781</sup> Auch mit diesen Aussagen grenzt er sich von den gegenwärtigen Schriftstellerkollegen ab und präsentiert sich als Gebildeter.

Kehlmann gibt auch Einblicke in seine Arbeitsweise: Er erwähnt, dass er am Laptop arbeite, überwiegend der einfacheren Handhabung seiner Texte (Korrekturen) wegen.<sup>782</sup>

Hierdurch versucht Kehlmann auch, das Image eines jungen, modernen Autors zu stärken, der nicht mehr von Hand schreibt, sondern mit dem Geist der Zeit geht. Diese Modernität und die recht pragmatische Rechtfertigung untermauern das Bild eines überlegt Arbeitenden, der keine Zeit verschwenden will. Auch verstärkt Kehlmann das Image eines neuartigen Schriftstellers in der deutschen Gegenwartsliteratur, durch folgende Beschreibung: „Ich habe viel am Meer gearbeitet, am Mittelmeer und an der Nordsee, und ich bin viel am Strand spazierengegangen. Ich hatte das Gefühl, als hätte ich in einem dunklen, stickigen Haus alle Fenster aufgemacht.“<sup>783</sup> Dies setzt einen Gegenpol zur intensiven Recherchephase vor allem zu Alexander von Humboldt, die überwiegend in Bibliotheken oder am Schreibtisch stattgefunden haben muss. Ebenfalls versucht der Autor so den Innovationsschub seines Romans metaphorisch zu untermauern.

Kehlmann selbst nennt den Erfolg der *Vermessung der Welt* eine „Glückskatastrophe“, weil er

weniger mit Freuden und Qualen der Formulierung zu tun hat, als mit chinesischen Raubdrucken, mit katalanischen Fehlübersetzungen, mit [...] Steuerprüfern, sowie mit Lesern, über deren Aufmerksamkeit man sich zwar freut, die man aber auch bedauert, weil die Bestsellerliste ihnen ein Buch aufgezwungen hat, das ihren Wünschen möglicherweise gar nicht entspricht.<sup>784</sup>

Diese Aussage soll den Autor in einem anderen Licht zeigen: Es geht ihm nicht nur um die schönen Seiten des Erfolgs, auch die negativen sind ihm bewusst. Damit verdeutlicht der Schriftsteller auch, dass sein Erfolg mit viel Arbeit und Problemen verbunden ist. Hinzu kommt, dass Kehlmann weiter versucht, das Bild eines unverstandenen Schriftstellers zu geben, der sich mit Themen beschäftigt, die in

---

<sup>781</sup> Holzer: *Des Zauberlehrlings Meisterprüfung*.

<sup>782</sup> Weinzierl: *Wenigstens einmal richtig gefeuert*.

<sup>783</sup> Daniel Kehlmann, Sebastian Kleinschmidt: *Requiem für einen Hund. Ein Gespräch*, Berlin 2008, S. 45.

<sup>784</sup> Daniel Kehlmann: *Die Vermessung der Welt ist mein Hauptgewinn*, in: Homepage von *Die Welt*, URL: [http://www.welt.de/kultur/article1344786/Die\\_Vermessung\\_der\\_Welt\\_ist\\_mein\\_Hauptgewinn.html](http://www.welt.de/kultur/article1344786/Die_Vermessung_der_Welt_ist_mein_Hauptgewinn.html) (letzter Zugriff am 14.09.2012).

Deutschland (so der Autor selbst) nicht oder falsch verstanden würden.<sup>785</sup> Daher rührt auch seine beständige Interpretation seiner eigenen Texte.

Interessanterweise tritt Kehlmann nicht nur als Autor in Erscheinung. Vielmehr engagiert er sich im Wissenschaftsbetrieb und im öffentlichen Kulturleben weit über die Maße – im Vergleich zu anderen Schriftstellern – hinaus. So tritt er bei Preisverleihungen als Laudator auf, sitzt in Jurys, schreibt für Zeitungen und Zeitschriften und hält Festreden auf Veranstaltungen, die nichts mit dem literarischen Betrieb zu tun haben. Dadurch bildet er ein Image, das ihn eben nicht nur als Verfasser literarischer Texte zeigt, sondern auch als Kritiker und Essayist. Hinzu kommt, dass Kehlmann selbst Interpretationsansätze zu seinen eigenen Texten liefert. Außerdem fungiert Kehlmann nicht mehr nur im Literaturbetrieb als Persönlichkeit, auch auf anderen Veranstaltungen tritt er auf oder er wird zu Themen befragt, die eigentlich nichts primär mit seiner Arbeit zu tun haben. Beispielsweise führte Volker Hage ein Telefoninterview mit dem Schriftsteller und befragte ihn dabei lediglich zum Wahlsieg Barack Obamas in den USA.<sup>786</sup> Bei Frank-Walter Steinmeiers (damals Außenminister) zweiwöchiger Südamerikatour ist Daniel Kehlmann als Sondergast dabei: „Steinmeier hatte den Deutsch-Österreicher eingeladen, nachdem er dessen Buch über das Leben des Südamerika-Reisenden Alexander von Humboldt gelesen hatte - und war überrascht, dass der Autor nie vor Ort eigene Eindrücke gesammelt hatte.“<sup>787</sup>

Kehlmann versucht sich verstärkt auch in einem wissenschaftlichen Umfeld zu etablieren und hält 2006 an der Universität Göttingen zwei Poetikvorlesungen. Allerdings fallen diese beiden Vorträge vor allem formal aus dem Rahmen: Statt einer Vorlesung bietet Kehlmann den Zuhörern eine Form des Interviews. Die Fragen sind ebenso vom Autor vorgefasst wie auch die Antworten, wobei erstere von Heinz Ludwig Arnold, zweite von Daniel Kehlmann selbst verlesen werden. Dabei versucht der Schriftsteller durch Ironisierung dieses Spiels eine humoristische Komponente in dieses Interview zu bringen:

---

<sup>785</sup> Kehlmann: *Diese sehr ernsten Scherze*, S. 16.

<sup>786</sup> Volker Hage: *Telefoninterview: „Jetzt ist alles gut“*. *Der Schriftsteller Daniel Kehlmann über den Wahlsieg Barack Obamas*, in: ders.: *Kritik für Leser. Vom Schreiben über Literatur*, Frankfurt am Main 2009, S. 133-136.

<sup>787</sup> O. V.: *Daniel Kehlmann*, in: Homepage von *Der Spiegel*, URL: <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-46847820.html> (letzter Zugriff am 17.09.2012). Kehlmann war übrigens bereits vor Veröffentlichung der *Vermessung der Welt* in Mexiko, das zwar geografisch zu Nordamerika zählt, aber dennoch auf der Reiseroute Humboldts lag. Die Aussage, Kehlmann habe nicht Eindrücke vor Ort gesammelt, ist also schlichtweg falsch, schließlich inspirierte die damalige Mexiko-Reise den Schriftsteller ja gerade dazu, ein Buch über Humboldt zu verfassen. Vgl. hierzu auch Wolfgang Pütz: *Daniel Kehlmann. Die Vermessung der Welt*, München 2008, S. 10.

*Also zu Beginn gleich die lästigste aller Erkundigungen. Die große Modefrage der siebziger Jahre. Warum schreiben Sie?*

Oh, bitte. Warum fragen Sie mich ausgerechnet das?

*Weil Sie diese Frage für mich geschrieben haben!*

Bitte keine postmodernen Spiele, das ist aus der Mode gekommen. Unterlassen Sie diese billigen Sprünge auf die Metaebene und antworten Sie: Warum fragen Sie das?<sup>788</sup>

Dieses Beispiel unterstreicht gleich zwei Attribute, die Kehlmanns Image in der Öffentlichkeit formen: Einerseits stellt er sich gerne den Fragen von Interviewern, was nicht nur die große Anzahl von Gesprächen in Zeitungen und den elektronischen Medien zeigt, sondern auch untermauert wird durch den separat herausgegebenen Band *Requiem für einen Hund*, einem Interview zwischen Sebastian Kleinschmidt und Daniel Kehlmann.<sup>789</sup> Andererseits unterstreicht das obige Beispiel Kehlmanns Versuch, auch bei öffentlichen Auftritten einen ironischen, teils sarkastischen Stil über seine literarischen Texte hinaus beizubehalten.

In seinen Essays und Beiträgen in Zeitungen versucht Kehlmann, seine eigene persönliche Meinung zu literarischen Themen kundzutun.<sup>790</sup> Auch kritisiert er darin den Literaturbetrieb in Bezug auf Lesungen: „Man verlangt dem deutschen Schreibenden eben nicht Texte, sondern Anwesenheit ab und reduziert so das geschriebene Wort auf jene physische Präsenz, die zu überwinden es einst erfunden wurde. Das kann Spaß machen und ist zuweilen gut bezahlt, aber es fordert Zeit.“<sup>791</sup> Damit persifliert sich Kehlmann in gewisser Weise selbst, wie sich durch seine mediale Präsenz und die reine Quantität seiner Lesungen aufzeigen lässt. Kehlmann äußert sich in eben jenem ironischen Stil auch zum Literaturbetrieb:

Das literarische Milieu jedoch drängt uns in die Rolle der selbstbewussten Auskunftgeber. [...] Glauben Sie keinem Poetikdozenten. Mißtrauen Sie Interviews gebenden Autoren, seien Sie skeptisch gegenüber einer Universität, die Ihnen Schriftsteller einlädt, damit diese hier vor Ihnen stehen und tun, als wüßten sie irgend etwas.<sup>792</sup>

Diese Selbstpersiflage soll wohl auch den Eindruck vermitteln, dass Kehlmann sich selbst nicht allzu ernst nimmt und dass er sich nicht nur mit schweren Themen (wie in

---

<sup>788</sup> Kehlmann: *Diese sehr ernsten Scherze*, S. 6. Kursiv sind die von Heinz-Ludwig Arnold verlesenen Fragen.

<sup>789</sup> Kehlmann, Kleinschmidt: *Requiem für einen Hund*.

<sup>790</sup> Daniel Kehlmann: *Seid vermessen! Was Weimar mich gelehrt hat*, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 20.06.2006.

<sup>791</sup> Kehlmann: *Seid vermessen!*

<sup>792</sup> Kehlmann: *Diese sehr ernsten Scherze*, S. 5f.

seinen früheren Texten vor der *Vermessung der Welt*) beschäftigt. Ironie und Humor sind bereits zum „Markenzeichen“ Kehlmanns geworden,<sup>793</sup> obwohl davon in seinen früheren Texten wenig zu spüren ist.

Im Vergleich zu den anderen beiden Autoren – Süskind und Schlink – gibt es eine recht große Anzahl von Interviews mit Daniel Kehlmann. Allein die Quantität zeigt, dass der Schriftsteller darum bemüht ist, ein Medienprofil für sich zu kreieren, um sich selbst und seine Texte zu bewerben. Bezeichnend dabei ist des Weiteren, dass diese Interviews immer auch Bilder Kehlmanns zeigen, die sich stark ähneln. Dieser homogene visuelle Input bezweckt, den Wiedererkennungseffekt beim Konsumenten zu stärken.

Jedoch stellt Kehlmann seine häufigen Auftritte in der Öffentlichkeit nach Erscheinen der *Vermessung der Welt* nach einer Weile ein. Er gibt weniger Interviews, kommuniziert offensichtlich nur noch mit ausgewählten Journalisten und Medien und macht sich auf dem literarischen Markt rar. Dazu haben ihm seine Freunde geraten, so Kehlmann selbst.<sup>794</sup> Auch äußert er sich 2009 kritisch zu den vielen Interviews: „Es heißt immer, ich sei so *gebildet*“, sagt der Bestsellerautor. „Das andere, was mich irritiert, ist, dass ich immer als *höflich* beschrieben werde.“<sup>795</sup> Er kokettiert mit seinem eigenen Image, stellt das Bild, das sich in der Öffentlichkeit von ihm formiert hat, als nicht korrekt dar. Das Image des höflichen Gelehrten scheint er etwas verrücken zu wollen.

In dem 2009 erschienenen Text *Leo Richters Porträt* beschreibt Kehlmann das Ende seiner aus dem Roman *Ruhm* bekannten Schriftstellerfigur Leo Richter. Dieser wird nach einer Lesung aufgefordert, sein Buch mit „Für meine Tante Claudia“ zu signieren.<sup>796</sup> Interessant ist dies insofern, da sich Ähnliches in Kehlmanns Schriftstellerleben selbst zugetragen hat.<sup>797</sup> Er greift also bewusst Erlebnisse aus seinem Leben auf, wandelt diese nur marginal ab und verwendet sie in seinen Geschichten. Das Sich-Einschreiben in literarische Texte setzt sich also auch in späteren Texten fort; abgesehen davon wird in *Ruhm* bereits kritisiert, dass Leo Richter seine eigenen Erlebnisse mit geringen Veränderungen zu Geschichten umwandle. Hier handelt es sich also um eine doppelte Brechung zwischen Realität (Kehlmann) und fiktiver Realität (Leo Richter) sowie dessen fiktiver fiktiven Realität (Geschichten von Leo Richter).

---

<sup>793</sup> Auch Sebastian Kleinschmidt nennt diese Attribute Kehlmanns Markenzeichen: Vgl. Kehlmann, Kleinschmidt: *Requiem für einen Hund*, S. 9.

<sup>794</sup> Soboczynski: *Daniel Kehlmanns Porträt*, S. 53.

<sup>795</sup> Daniel Kehlmann, Thomas David: „*Unser Selbst ist immer gespalten*“. In: *Du* 2009, 794, S. 28-32, hier S. 28.

<sup>796</sup> Daniel Kehlmann: *Leo Richters Porträt sowie ein Porträt des Autors von Adam Soboczynski*, Reinbek bei Hamburg 2009, S. 35.

<sup>797</sup> Vgl. dazu: Holzer: *Des Zauberlehrlings Meisterprüfung*.



Insgesamt ist festzuhalten, dass Kehlmann es schafft, sich in die Nische des bürgerlich konservativen Images zu platzieren, sowohl in literarischer Hinsicht als auch bezüglich seines Auftretens. Zwar ist eine Änderung seines Verhaltens zu den Medien zu verzeichnen, dennoch ist Kehlmann weiterhin darum bemüht, aktiv sein Image mitzugestalten. Dass die Funktion und Qualität des Textes dabei auch eine Rolle spielt, wird im folgenden Abschnitt herausgearbeitet.

#### 2.3.1.6. Der Text

Kehlmanns Roman umfasst 300 Seiten, gegliedert in 16 Kapitel. Durchschnittlich sind also nicht einmal 20 Seiten zu lesen, um ein Kapitel zu bewältigen. Jedes Kapitel behandelt eine Episode aus den Leben der Protagonisten. Auffällig ist die Titelgebung der einzelnen Kapitel: Alle Überschriften bestehen aus einem Substantiv mit dem definiten Artikel, also zum Beispiel „Die Reise“, „Der Garten“ oder „Das Meer“. Geprägt ist der Roman von einer raschen Abfolge kurzer Episoden, was beim Leser den Eindruck hinterlässt, dass ständig etwas geschieht. Die Wahl der Figuren fällt auf zwei außergewöhnliche aber höchst unterschiedliche Persönlichkeiten. Ihre schillernden Charakterzüge nutzt Kehlmann, um fast voyeuristische Einblicke in ihr Leben zu entwickeln. Die Hauptfiguren beschreibt Kehlmann zwar als unterschiedliche Charaktere, jedoch mit denselben Mitteln. Immer wieder kontrastiert er ihre geistige Größe mit bizarren Verhaltensweisen. Generell verbindet Kehlmann die wissenschaftlichen Arbeiten und Erkenntnisse der Forscher mit privaten Erlebnissen. Oft schweifen die Gedanken der Protagonisten ab, oder wissenschaftliche Erkenntnisse verbinden sich mit ihrer Privatsphäre. Durch eben diese Elemente entsteht der unterhaltsam lockere Stil, der zur einfacheren Lesbarkeit beiträgt.

Des Öfteren verwendet der Autor ähnliche Beschreibungen; so zum Beispiel, wenn Humboldts Forschungstätigkeit zusammengefasst wird.<sup>798</sup> Die Sätze sind vergleichbar aufgebaut und viele Elemente wiederholen sich (v.a. „Hügel“ und „Berg“): Auf Seite 41 heißt es beispielsweise „Auf dem Weg nach Spanien vermaß Humboldt jeden Hügel. Er erklomm jeden Berg.“ Zuvor hieß es „Er vermaß jeden Salzburger Hügel“.<sup>799</sup> Eine ähnlich konstruierte Fassung ist auch als Klappentext wieder zu finden.

Wilhelm Haefs umreißt in einem Aufsatz mögliche textinterne Erfolgsfaktoren wie folgt:

---

<sup>798</sup> Vgl.: Kehlmann: *Die Vermessung der Welt*, S. 19, 38, 41, 69, 72.

<sup>799</sup> Kehlmann: *Die Vermessung der Welt*, S. 38.

Die Gattungen historischer und biografischer Roman, der Verzicht auf den Anspruch auf den >Gesellschaftsroman< (ein Genre, das Kehlmann suspekt ist) und auf unmittelbare >Gegenwart< und >Aktualität<, die Ethnologie und Anthropologie, fokussiert auf die Figur Alexander von Humboldts, die Mathematik, Astronomie und Geometrie, personifiziert durch Carl Friedrich Gauß, die als literaturfähige, spannend vermittelbare Disziplinen erscheinen. Die Verbindung des naturwissenschaftlichen und mathematischen mit dem kulturwissenschaftlichen Diskurs, der Philosophie und Literatur, ja eigentlich alle wichtigen und re-aktualisierbaren Wissensformen der Goethezeit in die Narration integriert, könnte ein entscheidendes Kriterium für den Erfolg sein.<sup>800</sup>

Ähnlich sehen es auch Müller-Völkl und Völkl:

Dies betrifft das Aufgreifen aktueller gesellschaftlicher Probleme, wie beispielsweise das Altern oder die Patriotismusdebatte, ebenso wie das bewusste Besetzen naturwissenschaftlicher Themen, die dem Buch einen literarisch sonst eher desinteressierten Lesekreis erschließen, sowie die zur persönlichen Auseinandersetzung reizenden Charakterisierungen von Gauß und Humboldt.<sup>801</sup>

Jedoch können die genannten Elemente überwiegend als Erfolgsfaktoren bei einem spezialisierten Publikum gewertet werden. Außerdem fehlen bei dieser Aufzählung diverse textimmanente Details, die beim allgemeinen Lesepublikum eventuell Interesse hervorrufen können, allen voran der Humor und die damit verbundene groteske Darstellung der Protagonisten. Dieser erscheint Rezensenten, Laudatoren und Wissenschaftlern gleichermaßen besonders ausgeprägt in Kehlmanns Roman. Mangold unterstellt Kehlmann ein „erschütterndes Talent für die wohlgesetzte Pointe sowohl wie für generell glücksende Komik. Was, wie immer wieder und vermutlich zu Recht gesagt wird, in deutschen Landen Seltenheitswert hat.“<sup>802</sup> Kehlmann selbst sah sich auch der Gefahr ausgesetzt, die Figuren lächerlich zu machen, also mit seinem humoristischen Stil zu weit zu gehen.<sup>803</sup> Dies untermauert die These, dass es durchaus Kehlmanns Anliegen ist, die Protagonisten auf eine verschrobene Art und Weise darzustellen, wobei ihm bewusst ist, dass er damit negative Kritik auslösen kann. Ebenfalls muss die Provokation, die er vor allem mit der Beschreibung Humboldts auslöst, eine bewusst gesetzte sein, wie auch folgende Aussage des Autors unterstreicht:

[...]ich bin bei der Arbeit immer wieder erschrocken und habe mich gefragt, ob das noch anständig ist, was ich da tue. Und nachdem ich es mit allen ästhetischen Argumenten gerechtfertigt habe, bleibt im Nachhinein trotzdem ein Rest von

---

<sup>800</sup> Haefs: *"Deutschlands literarischer Superstar"?* S. 236.

<sup>801</sup> Müller-Völkl, Völkl: *Daniel Kehlmann, Die Vermessung der Welt*, S. 89f.

<sup>802</sup> Mangold: *Laudatio zur Verleihung des Candide-Preises 2005 an Daniel Kehlmann*, S. 99.

<sup>803</sup> Kehlmann, Kleinschmidt: *Requiem für einen Hund*, S. 51.

schlechtem Gewissen. Das muss auch so sein, glaube ich. Kunst ist nichts völlig Anständiges.<sup>804</sup>

Das Ziel von Kehlmanns Texten ist es – nach Aussage des Autors selbst – die Regeln der Wirklichkeit zu brechen.<sup>805</sup> Dabei verweist er beständig auf die lateinamerikanische Literatur und den magischen Realismus. Diese Elemente seien auch in seinen Texten zu finden. „Technisch gesehen habe ich in meinem Roman an die südamerikanische Literatur angeknüpft. Auch viel an verstecktem magischen Realismus untergebracht“, sagt er im Gespräch mit Sebastian Kleinschmidt.<sup>806</sup> So lässt er beispielsweise ein Seeungeheuer erscheinen oder andere fantastische (magische) Wesen. Darüber hinaus vermeint Klaus Zeyring in den Ruderern vier große lateinamerikanische Literaten zu entdecken: „Gabriel (García Márquez), Julio (Cortázar), Carlos (Fuentes) und Mario (Vargas Llosa).“<sup>807</sup> Kehlmann lässt die vier als Ruderer auf dem Amazonas auftreten. Der Fluss wird stets unheimlich beschrieben und mit magischen Elementen bestückt. Scheinbar gelingt es nur mithilfe der Literaten, durch diese gefährliche und undurchsichtige Welt zu gelangen. Ein weiterer Hinweis auf den magischen Realismus liegt in der Aussage, Humboldt stelle einen „Abgesandten Weimars in Macondo“<sup>808</sup> dar. Macondo ist nämlich der Handlungsort von García Márquez' Roman *Hundert Jahre Einsamkeit*. Es gelingt Kehlmann also den *realismo mágico* direkt (durch die sonderbaren Wesen) und indirekt (mittels Bezug auf die lateinamerikanische Literatur) in das Geschehen einzubauen. Allerdings handelt es sich bei dem Kehlmannschen magischen Realismus nicht um die eigentliche, aus Lateinamerika bekannte, literarische Form. Denn diese ist gekennzeichnet durch das Wunderbare, also sollten alle Erscheinungen (verwiesen sei hier auf das Seeungeheuer oder der Geist von Humboldts Mutter in der Höhle) als Wunderbares hingenommen werden, der Protagonist sollte sich folglich nicht darüber wundern. Dies tut er jedoch, was diese Episoden in das System des Phantastischen rücken. Auch weisen die Erklärungsversuche (etwaige Ausdünstungen und chemische Vorgänge) darauf hin, dass Humboldt die Geschehnisse anzweifelt oder versucht, sich diese zu erklären. Gleichzeitig empört Kehlmann sich

---

<sup>804</sup> Daniel Kehlmann, Michael Lentz: „Die Fremdheit ist ungeheuer“. Daniel Kehlmann und Michael Lentz im Gespräch über historische Stoffe in der Gegenwartsliteratur, in: *Neue Rundschau* 118 2007, 1, S. 33-47, hier S. 34.

<sup>805</sup> Kehlmann: *Diese sehr ernsten Scherze*, S. 15.

<sup>806</sup> Sebastian Kleinschmidt: *Gespräch mit Daniel Kehlmann*, in: *Sinn und Form* 58 2006, 6, S. 786-799, hier S. 789.

<sup>807</sup> Klaus Zeyring: *Gewinnen wird die Erzählkunst. Ansätze und Anfänge von Daniel Kehlmanns „Gebrochenem Realismus“*, in: *Text + Kritik. Zeitschrift für Literatur*, Nr. 177 (I/08), S. 36-44, hier S. 43.

<sup>808</sup> Zeyring: *Gewinnen wird die Erzählkunst*, S. 36.

darüber, dass dieses Vorgehen in seinen Texten nicht verstanden würde.<sup>809</sup> Damit schärft der Schriftsteller auch sein Image als unverstandener Autor, dessen Genius von Kritikern und Interpreten unerkannt bleibt. Als Beispiel sei hier seine eigene Auslegung der Gattung des historischen Romans angeführt: „Die Formulierung „Gegenwartsroman, der in der Vergangenheit spielt“ habe ich verwendet, weil ich meine, daß ein Buch, auch wenn es zufällig in der Vergangenheit spielt, ästhetisch und formal auf der Höhe unserer Zeit und des modernen Schreibens stehen muß.“<sup>810</sup> Kehlmann versucht also nicht, einen historischen Roman im eigentlichen Sinne zu schreiben. Um sein Ziel zu erreichen, glaubt der Schriftsteller das richtige Mittel gefunden zu haben: Kehlmann benutzt den gesamten Text hindurch die indirekte Rede. Der Autor selbst vermeint, mit Hilfe der indirekten Rede nicht ins Triviale zu verfallen, sondern einen ernsthaften Roman zu schreiben.<sup>811</sup> Er legt den Protagonisten somit keine Worte in den Mund, trifft nur indirekt Aussagen über ihr Gesagtes. Außerdem vermittelt er so den Eindruck einer steten „Grundironie“.<sup>812</sup> Allerdings soll es sich bei *Die Vermessung der Welt* doch um einen Roman handeln, also ein fiktives Geschehen. Die Figuren sind zwar historisch, doch dürfen ihre Worte erfunden sein. Der Autor will keine Biografie schreiben, sondern einen Roman, deshalb nimmt er sich auch die künstlerische Freiheit, einiges hinzuzuerfinden, Passagen auszuschmücken oder manches einfach auszusparen.<sup>813</sup> Kehlmann baut dennoch eine Art Schutzschild um seine Konstellation auf, indem er die indirekte Rede benutzt. Weiterhin behauptet Kehlmann – konträr zur Feststellung einiger seiner Kritiker –, intensive Recherchearbeit für *Die Vermessung der Welt* betrieben zu haben:

Natürlich habe ich die drei Bände seines Reiseberichtes, der übrigens den Bestsellerträchtigen Titel „Relation historique du Voyage aux régions équinoxiales du Nouveau Continent“ trägt und schon zur Zeit seines Erscheinens als bestürzend langweiliges Buch über eine atemberaubend spannende Reise galt, so genau wie möglich gelesen, mit dem Bleistift in der Hand, Notizen machend, genau wie Sie es sich vorstellen.<sup>814</sup>

Auch hier behält der Autor seinen ironischen, leicht abfälligen Ton über die in diesem Kontext real-historische Figur Alexander von Humboldts bei. Kehlmann behauptet, selbst für das Buch recherchiert zu haben „wie ein seriöser Historiker, der dabei

<sup>809</sup> Kehlmann: *Diese sehr ernsten Scherze*, S. 16.

<sup>810</sup> Kleinschmidt: *Gespräch mit Daniel Kehlmann*, S. 793.

<sup>811</sup> Vgl.: von Lovenberg: *Ich wollte schreiben wie ein verrückt gewordener Historiker*.

<sup>812</sup> Zeyring: *Gewinnen wird die Erzählkunst*, S. 36.

<sup>813</sup> Beispiele finden sich in der Rezension von Winkels: *Als die Geister müde wurden*.

<sup>814</sup> Kehlmann: *Diese sehr ernsten Scherze*, S. 29f.

verrückt geworden ist.“<sup>815</sup> Er scheint also Züge seiner eigenen Protagonisten anzunehmen oder sich mit ihnen und ihrer Arbeitsweise identifizieren zu wollen. Da er diese Aussage in einem Interview machte, kann dies als Inszenierung gedeutet werden: Er will dem Leser des Interviews vermitteln, dass er ebenso wie Gauß und Humboldt geniehafte Züge hat, die sich bis ins Extreme ausdehnen können.

Kehlmann selbst ist davon überzeugt, dass es in guter Literatur „ein Element existentieller Wahrheit geben [muss], eine Berührung mit den Grundtatsachen unseres Daseins. Sie muß etwas über uns als Menschen sagen und über mich als Menschen, als den Schreibenden.“<sup>816</sup> Damit provoziert der Schriftsteller, dass der Leser nicht nur einen Bezug zwischen seinem eigenen Leben und dem Text, sondern auch zum Autor selbst bilden kann. Kehlmann zufolge steckt der Autor in dem Text selbst, das heißt, dass sich Ansichten oder Elemente des Lebens des Verfassers in einem Roman wiederfinden. Diese Aussage lässt den Schluss zu, dass der Leser etwas über den Autor erfährt, wenn er dessen Roman liest, was wiederum bedeutet, dass das voyeuristische Verlangen und das Suchen nach persönlichen Details durch die Lektüre gestillt werden können. Gleichzeitig führt diese Leseweise dazu, dass diverse Anspielungen oder Aussagen innerhalb eines Textes auf den Autor projiziert werden können, deren Wahrheitsgehalt äußerst fragwürdig ist.

Kehlmann selbst äußert eine Vermutung über die Erfolgsgründe der *Vermessung der Welt*:

Halb im Scherz könnte ich sagen, *Ich und Kaminski* war eine recht aggressive Satire über die Medienwelt und den Journalismus, und ich habe festgestellt, daß Journalisten und Medienleute das Buch geliebt haben. *Die Vermessung der Welt* ist eine recht aggressive Satire über das Deutschsein, und ich stelle fest, daß ganz Deutschland es liebt.<sup>817</sup>

Auch wenn diese Antwort Kehlmanns nicht ganz ernst zu nehmen ist, so zeigt sie doch, zweierlei: Nämlich erstens, dass der Autor einen textinternen Faktor als Erfolgsgeheimnis sieht und zweitens, dass die satirischen Elemente (und damit wieder Komik und Humor) als ausschlaggebend für die Verkaufszahlen angenommen werden. Aufgrund mehrerer Eigenschaften des Romans erschließen sich unterschiedliche Lesergruppen als Käufer des Buches. Durch die „humorvolle Unterhaltsamkeit“ und unter „Einbezug der Naturwissenschaften“ sowie der Mathematik wird offenbar

---

<sup>815</sup> Pohle: *Götter in wer weiß*.

<sup>816</sup> Kehlmann: *Diese sehr ernsten Scherze*, S. 12.

<sup>817</sup> Von Lovenberg: *Ich wollte schreiben wie ein verrückt gewordener Historiker*.

insbesondere ein „männlicher Gelegenheitsleser“ angesprochen.<sup>818</sup> Jedoch werden noch weitere Lesergruppen erreicht, wie sich allein durch die unterschiedliche Einordnung des Romans zeigt. Nachstehende Tabelle gibt einen Überblick der unterschiedlichen Gattungen, in die *Die Vermessung der Welt* von den Kritikern eingeordnet wird:

| Kritik \ Gattung                           | Biografie | Doppelbiografie/<br>Doppelporträt | Pseudo-<br>historisches<br>Porträt | Historischer<br>Roman | Geschichtsroman | Satire | Abenteuerroman | Forscherroman |
|--|-----------|-----------------------------------|------------------------------------|-----------------------|-----------------|--------|----------------|---------------|
| <i>Giganten unter sich</i>                 | X         |                                   |                                    |                       |                 |        |                |               |
| <i>Kanonenkugeln über Göttingen</i>        | X         |                                   | X                                  |                       |                 | X      | X              |               |
| <i>Der Handlungsreisende</i>               | X         |                                   |                                    | X                     |                 | X      | X              |               |
| <i>Wenigstens einmal richtig gefeuert</i>  |           |                                   |                                    | X                     |                 |        |                |               |
| <i>Duett der Solipsisten</i>               |           | X                                 |                                    | X                     | X               |        |                |               |
| <i>Götter in wer weiß</i>                  |           | X                                 |                                    |                       |                 |        |                |               |
| <i>Als die Geister müde wurden</i>         |           | X                                 |                                    |                       |                 |        |                |               |
| <i>Des Zaublerlehrlings Meisterprüfung</i> |           |                                   |                                    |                       |                 |        | X              |               |
| <i>Doppelleben einmal anders</i>           |           |                                   |                                    |                       |                 |        | X              |               |
| <i>Mein Thema ist das Chaos</i>            |           |                                   |                                    |                       |                 |        |                | X             |

Abbildung 16: Gattungszuordnung der *Vermessung der Welt*.<sup>819</sup>

Dass bezüglich der Einordnung des Romans Uneinigkeit herrscht, ist nicht nur aus den Rezensionen abzuleiten, auch die Wissenschaft bietet mehrere Interpretationsansätze und unterbreitet ein diverses Angebot zur Gattungszuschreibung.

### 2.3.1.7. Die Wissenschaft

Daniel Kehlmann tut sich auch im Wissenschaftsbetrieb hervor. Des Öfteren schreibt er das Vorwort für Neuauflagen.<sup>820</sup> Dabei positioniert er sich als Wissenschaftler, der zu bestimmten Bereichen etwas beitragen möchte. Immer wieder sind es Texte aus der lateinamerikanischen Literatur oder Wissenschaftsberichte, namentlich solche, die auf seinen Text *Die Vermessung der Welt* verweisen. Gleichzeitig unterstreicht der Autor damit auch seine Kenntnisse um gewisse historische oder literarische Entitäten. Auch

<sup>818</sup> Müller-Völkl, Völkl: *Daniel Kehlmann, Die Vermessung der Welt*, S. 16.

<sup>819</sup> O. V.: *Giganten unter sich*; Briegleb: *Kanonenkugeln über Göttingen*; Augstein: *Der Handlungsreisende*; Weinzierl: *Wenigstens einmal richtig gefeuert*; Jenny: *Duett der Solipsisten*; Pohle: *Götter in wer weiß*; Winkels: *Als die Geister müde wurden*; Holzer: *Des Zaublerlehrlings Meisterprüfung*; Lüdke: *Doppelleben einmal anders*; Matussek, Schreiber, Stampf: *Mein Thema ist das Chaos*.

<sup>820</sup> Daniel Kehlmann: *Das Elend der Arrivierten: Onetti und der Plot*, in: Jürgen Dormagen, Gerhard Poppenberg (Hrsg.): *Juan Carlos Onetti: Gesammelte Werke Band I*, Frankfurt am Main 2009, S. 5-10; Daniel Kehlmann: *Die Finken und die Wilden*, in: Charles Darwin: *Die Fahrt der Beagle. Tagebuch mit Erforschungen der Naturgeschichte und Geologie der Länder, die auf der Fahrt von HMS Beagle unterdem Kommando von Kapitän Fitz Roy, RN, besucht wurden*, Hamburg 2006, S. 13-16.

hier entsteht – wie etwa bei Bernhard Schlink – eine Form der Glaubwürdigkeitsverstärkung. Kehlmann mehrt sein Image, indem er sich wissenschaftlich auf gewissen Gebieten seiner eigenen Werke hervortut. Damit einher geht auch das beständige Interpretieren seiner eigenen Werke. Er zeigt damit, dass seine Romane nicht zufällig entstanden sind, sondern eine spezifische Absicht verfolgen und nach einem bestimmten System funktionieren. Allerdings schränkt er durch diese Deutungshoheit weitere und andere Interpretationsansätze ein. Dass dieser Einfluss tatsächlich vorhanden ist, lässt sich an den wiederholt auf Kehlmanns eigene Vorschläge zurückgreifenden Interpretationen ablesen.

Kehlmann selbst bietet auch eine „richtige“ Interpretation seines Romans an. In Interviews verweist er permanent auf angemessene Interpretationsansätze und auf von Kritikern und Wissenschaftlern nicht berücksichtigte Elemente in seinem Roman. *Die Vermessung der Welt* ist also kein Buch, dem sich (Literatur-)Wissenschaftler von einem rein objektiven Standpunkt aus nähern können, da stets Kehlmanns Ansätze präsent sind und durch die Medien weiter verbreitet werden.

Ein Blick in die Sekundärliteratur zeigt, dass Kehlmann und sein Roman hin und wieder sehr euphorisch aufgenommen werden: „Keine Frage“, schreibt zum Beispiel Wilhelm Haefs,

er [Daniel Kehlmann, S. B.] ist der Aufsteiger, der Shootingstar des deutschen Literaturbetriebs am Beginn des 21. Jahrhunderts: Kein populäres Medium – ob die Frauenzeitschrift *Brigitte* oder *Mobil*, das Magazin der Deutschen Bahn, ob *Spiegel*, Fernsehmagazine oder net-blogs – das ihn nicht porträtierte, in Homestorys vorgestellt und/oder sein Erfolgsbuch ausführlich beschrieben hätte.<sup>821</sup>

In dem *Text + Kritik* Band, der sich mit Daniel Kehlmann beschäftigt, kommen nicht nur Wissenschaftler zu Wort, vielmehr ist darin auch ein Beitrag des Schriftstellerkollegen Helmut Krausser zu finden. Dieser hat nicht nur lobende Worte für den Roman übrig, sondern attestiert Kehlmann auch außergewöhnliche Eigenschaften sowie die Veränderung der literarischen Landschaft:

Nein, einen solchen Schriftsteller hatte die deutsche Sprache lange nicht hervorgebracht. Höchste Belesenheit, bestechende Intelligenz und dezidiert Formwille gingen einher mit leichter Lesbarkeit, dieser Autor strotzte von Traditionsbewusstsein und Seriosität, war dennoch auf höchstem Niveau unterhaltsam, bot brillante Dialoge auf und schob unter die narrative Oberflächenstruktur unendlich viele Tiefenschichten.<sup>822</sup>

---

<sup>821</sup> Haefs: *"Deutschlands literarischer Superstar"?* S. 233.

<sup>822</sup> Krausser: *Ich und Kehlmann*, S. 55.

Dieses Lob und diese Leistung wurden sowohl Süskind als auch Schlink attestiert. Scheinbar ruft jeder Bestsellererfolg in der Meinung einiger Beobachter eine Veränderung der gesamten deutschsprachigen Literatur hervor. In einem beinahe reklameähnlichen Ton schwärmt Markus Gasser von der *Vermessung der Welt*:

Kein anderes Werk Daniel Kehlmanns ist schon zu Beginn derart von einer heiteren Tröstlichkeit belebt wie *Die Vermessung der Welt*. Sie erzählt eine Geschichte, die man gerade auch dann lesen muß, wenn man sich einsam fühlt und geschlagen, in einer schlaflosen, verregneten Nacht; wenn man sich in einer Lage befindet, der man weder Würde noch Humor entgegensetzen weiß; wenn man eine Generalprobe des Todes hinter sich hat, wund ist vom Bewußtsein der eigenen Vergänglichkeit und sich sagt, dies hier könne doch bitte nicht alles gewesen sein, und die Verpflichtung zusehends unerträglich findet, dem Dasein einen Sinn zu verpassen; oder einfach nur wenn man auf Reisen ist im Zug oder Flugzeug, sei es so unwillig wie Professor Carl Friedrich Gauß oder so aufbruchsfroh wie sein Sohn Eugen und jener Baron Alexander von Humboldt, der immer eins werden wollte mit der Weite und in Landschaften zu verschwinden suchte wie Robert Louis Stevenson in seiner Schatzinsel aus Kreide, Nabokov in den Bilderrahmen überm Bett seiner Kindheit, Kehlmann selber einst im Universum Nabokovs und sein Julian in der Karte vom Königreich der Meere.<sup>823</sup>

Die Frage nach der Objektivität der Wissenschaft muss hierbei wohl ausgeklammert werden. Gasser geht weiterhin auf den magischen Realismus ein. Anstatt, wie einige andere Wissenschaftler jedoch bloß die Aussage in den Raum zu stellen, Kehlmann schreibe in der Manier des magischen Realismus, geht er als einer der wenigen etwas ausführlicher darauf ein:

Von Vargas Llosa übernahm er die Technik, Lebensschicksale in Kapiteln abwechselnd nebeneinander herlaufen zu lassen, bis sie sich an einem Punkt, an ebendiesem Abend vor Beginn des Kongresses, kreuzen und miteinander ins Benehmen setzen. García Márquez schenkte ihm das Universum jenes Hauses seiner Großeltern in Aracataca, das alt genug war, um Gespenster und einen vielstimmigen, hundertjährigen Papagei namens Lorenzo el Magnífico zu beherbergen – das Universum eines Hauses, das familiäre und historische Ereignisse bewahrte wie unwahrscheinliche Träume, wo ein jeder das Entsetzen zu empfinden vermochte, von jenseits des Todes angesehen zu werden.<sup>824</sup>

Allerdings vermeint auch Gasser, dass der Schauspielplatz in Lateinamerika, in dem einige Teile des Romans stattfinden, ausreiche, um dem Text magisch realistische Elemente einzuschreiben. Auch andere Wissenschaftler sind bemüht den Roman in Relation zu anderen Texten zu setzen. Joachim Rickes versucht in einem Aufsatz die Tiefenstruktur der *Vermessung der Welt* aufzudecken.<sup>825</sup> Dazu analysiert er das Kapitel

---

<sup>823</sup> Markus Gasser: *Das Königreich im Meer. Daniel Kehlmanns Geheimnis*, Göttingen 2010, S. 83.

<sup>824</sup> Gasser: *Das Königreich im Meer*, S. 100.

<sup>825</sup> Joachim Rickes: *Wer ist Graf von der Ohe zur Ohe? Überlegungen zum Kapitel „Der Garten“ in Daniel Kehlmanns „Die Vermessung der Welt“*, in: *Sprachkunst*, Jg. 38/2007, 1. Halbband, S. 89-96.



„Der Garten“ und sieht den Grafen von der Ohe zur Ohe als Gott. Auf die von anderen Wissenschaftlern bereits hingewiesene Parallele zwischen diesem Grafen und dem Grafen Westwest aus Kafkas *Schloss* geht er nicht ein. Das heißt, die Interpreten nennen zwar die textlichen Besonderheiten, analysieren diese aber nicht weiter.

Immer wieder wird der Humor als ein entscheidendes Element in Kehlmanns Roman angeführt.<sup>826</sup> Tatsächlich mag die satirische und ironische Seite in der *Vermessung der Welt* mit zum Erfolg beigetragen haben. Weiter macht Heinz-Peter Preußner auch die Zivilisationskritik als Erfolgsfaktor aus.<sup>827</sup> Jedoch muss hinzugefügt werden, dass diese vor allem in Kombination mit den humoresken Elementen erst von einer größeren Leserschaft wahrgenommen werden kann. Teilweise werden die vorgenommenen Recherchearbeiten Kehlmanns gelobt.<sup>828</sup>

Kritische Stimmen kommen vor allem aus den Forschungsbereichen um Humboldt oder von Historikern, die sich mit eben jener Zeit beschäftigen. Gleichfalls sind negative Aufsätze von Naturwissenschaftlern zu verzeichnen. Wolfgang Griep weist Kehlmann etwa einige Fehler nach, wie beispielsweise die falsche oder unzeitgemäße Beschreibung der Polsterungsarten der Kutschen oder die Entwicklung der Daguerrothypie.<sup>829</sup> Auf Grund dieser historischen Mängel vermeint Griep, Kehlmann ist „eher ein Stilist, der das Flair des jungen Gelehrten pflegt und historische Kennerschaft suggeriert.“<sup>830</sup> Auch erscheint wiederum das Bild des jungen, gelehrten Schriftstellers, dessen Image Kehlmann verkörpert (wie in Abschnitt 2.3.1.5. Der Autor erläutert).

Ein weiterer Kritikpunkt betrifft die unzutreffende geografische und biologische Beschreibung Lateinamerikas, vor allem Venezuelas, und der – laut Kritikerin – falschen menschenverachtenden und brutalen Darstellung Humboldts.<sup>831</sup> Kritik an der Darstellung Venezuelas übt auch Anna Echterhölter: „In Daniel Kehlmanns Roman *Die Vermessung der Welt* besteht dieses Reiseland aus Hitze, Hitze, Moskitos und Hitze, ein wenig ausgepeitschten Indianern und dem obligatorischen Dschungel.“<sup>832</sup>

Der zuvor genannte Artikel im Lichtenberg-Jahrbuch endet mit einer Nachbemerkung der Redaktion, die mit harscher Kritik nicht nur den Roman, sondern auch die Rezensenten verurteilen:

---

<sup>826</sup> Kehlmann, Kleinschmidt: *Requiem für einen Hund*, S. 44.

<sup>827</sup> Preußner: *Zur Typologie der Zivilisationskritik*, S. 74.

<sup>828</sup> Echterhölter: *Schöner berichten*, S. 74.

<sup>829</sup> Griep: *Der Kehlmann-Kanal*, S. 253.

<sup>830</sup> Griep: *Der Kehlmann-Kanal*, S. 254.

<sup>831</sup> Lieselotte de Vareschi: *Una voz desde el Orinoco – zur Figur Alexander von Humboldts in Daniel Kehlmanns vermessenem Opus*, S. 255-257, in: Wolfgang Griep, Lieselotte Zettler de Vareschi, Peter Brosche,.: *Auch ein Beitrag zum Humboldt-Jahr: drei Stimmen zu Daniel Kehlmanns Roman "Die Vermessung der Welt"*, in: *Lichtenberg-Jahrbuch* 2009, S. 253-265.

<sup>832</sup> Echterhölter: *Schöner berichten*, S. 74.

Wir geben uns nicht der Illusion hin, mit den vorstehenden drei Stimmen irgend etwas ändern zu können an dieser schier unglaublichen Situation: Ein langweiliger, abgrundtief schlecht recherchierter und bodenlos fade, wenn auch in angenehm kurzen Sätzen dahererzählter Roman, der vielleicht als eine freilich ebenfalls verunglückte Satire auf Wissenschaft geplant war, wird im öffentlichen Bewusstsein der sogenannten Gebildeten in Deutschland, darf man den Stimmen einiger einflussreicher Kritiker großer überregionaler Tages- und Wochenzeitungen glauben, als der bedeutendste Beitrag dieses Jahrzehnts zur deutschen Literatur angesehen.<sup>833</sup>

Mit der Einteilung von U- und E-Literatur hat sich bei den Bestsellern selten ein Wissenschaftler auseinandergesetzt. Preußner ordnet *Die Vermessung der Welt* allerdings ausdrücklich in die ernste Literatur ein und befindet: „Kehlmann ist deshalb nicht schlicht trivial – denn dann fände er mit seinem Gegenstand gar kein Publikum –, sondern anspruchsvoll, ohne dass es bemerkt wird.“<sup>834</sup> Er schließt also von den Erfolgen auf die Einordnung, wobei Preußner interessanterweise der Trivialliteratur eine geringe Leserschaft attestiert. Zuzustimmen ist dieser Aussage insofern, dass das Buch nicht nur trivial ist und auch anspruchsvolle Elemente enthält. Da weder der eine noch der andere Baustein stark überwiegt, kann der Roman in der Mittelposition der Unterhaltungsliteratur eingeordnet werden.

In den meisten Fällen beschränkt sich also die Literaturwissenschaft auf eine inhaltliche Analyse des Romans *Die Vermessung der Welt*. Autoren aus anderen Bereichen, wie etwa der Geschichts- oder den Naturwissenschaften, fokussieren sich in ihren Arbeiten überwiegend auf sachliche Ungereimtheiten oder Missverständnisse. Dieser als Mangel an Präzision oder Faktentreue ausgelegte Kritikpunkt kulminiert meist in einem harschen Verriss oder aber in einer Leseempfehlung mit Einschränkung. Dem Erfolg taten die teilweise negativen Äußerungen jedoch keineswegs Abbruch – im Gegenteil: Der Text wurde auch anderweitig aufgegriffen und bearbeitet, um ihm einen größeren Leserkreis zugänglich zu machen.

#### 2.3.1.8. Weiterverwertung

Neben den oben aufgeführten Marketingaktivitäten von Verlagsseite investierte *Rowohlt* auch noch auf eine andere Art und Weise in den Roman: Zwei weitere Bücher zur *Vermessung der Welt* erschienen nämlich im Verlag. Eines ist der Aufsatzsammelband *Wo ist Carlos Montúfar?*, in dem diverse Preisreden und Essays Kehlmanns abgedruckt

---

<sup>833</sup> Redaktion des Lichtenbergjahrbuchs: *Nachbemerkung der Redaktion*, in: Wolfgang Griep, Lieselotte Zettler de Vareschi, Peter Brosche: *Auch ein Beitrag zum Humboldt-Jahr: drei Stimmen zu Daniel Kehlmanns Roman "Die Vermessung der Welt"*. In: *Lichtenberg-Jahrbuch* 2009, S. 253-265, hier S. 262.

<sup>834</sup> Preußner: *Zur Typologie der Zivilisationskritik*, S. 77.

sind, sowie der Titel gebende Aufsatz.<sup>835</sup> Letzterer kann als Reaktion auf die zahlreichen Kritikerstimmen gewertet werden, die sich an der historischen Ungenauigkeit und am Fehlen der Figur Carlos Montúfar stießen. Das zweite Buch ist die von Gunter Nickel herausgegebene Aufsatzsammlung, die sich ganz spezifisch mit der *Vermessung der Welt* auseinandersetzt. Die überwiegend positive Kritik innerhalb der Sammlung und die permanente Verdeutlichung der Erfolge zeugen allerdings davon, dass der Band im selben Verlagshaus wie der Roman erschienen ist und durchaus als Marketinginstrument anzusehen ist. Problematisch ist dies in der Hinsicht, da der Roman in manchen Bundesländern Schullektüre war beziehungsweise ist und Schüler und Lehrer bei der Vorbereitung und Bearbeitung des Textes dabei womöglich auf diesen Sammelband zurückgreifen, dessen Beurteilung doch allzu einseitig ausfällt. Anzumerken ist dazu des Weiteren, dass dieser Band in einer ähnlichen Aufmachung erscheint wie der Roman selbst: Das Cover ist in ähnlichen Farbnuancen gehalten und auch die Schrifttype des Originals wurde übernommen. Dies verstärkt den Wiedererkennungseffekt, der bereits bei Süskind und Schlink beschrieben wurde. Hinzu kommt, dass Rowohlt die Thematik auch noch weiter ausschachtet: So erschien 2009 eine Biografie der Brüder Humboldt im Verlag.<sup>836</sup> Hiermit spricht Rowohlt eine Leserschaft an, die am historischen Hintergrund des Romans interessiert ist.

Auch im Marketingkonzept zu Kehlmanns nachfolgendem Roman *Ruhm* darf *Die Vermessung der Welt* als stützendes Element nicht fehlen. In einem Beitrag für *Kultur 21* wird eine Vorschau auf *Ruhm* präsentiert, doch wird dabei das Buchcover des Erfolgsromans eingeblendet und eine knappe inhaltliche Zusammenfassung nebst Nennung einiger Erfolge integriert.<sup>837</sup> Dieses Beispiel zeigt, wie der vorangegangene Erfolg für den Verlag (und den Autor) nutzbar gemacht werden. Hierbei fungiert der Autor als eine Marke, dessen Produkt (in diesem Fall das neue Buch *Ruhm*) ein ähnliches Erfolgsversprechen an die Leserschaft gibt wie das vorangegangene Produkt. Zu beobachten ist ferner, dass seit dem Erfolg der *Vermessung der Welt* auch die früheren Bücher Kehlmanns sich stärker verkaufen. Von *Mahlers Zeit* wurden etwa 30.000 Exemplare abgesetzt; zuvor hatte sich dieser Text kaum verkauft.<sup>838</sup> Daher sind die späteren Auflagen der früheren Texte dann auch im Rowohlt und nicht mehr im

---

<sup>835</sup> Daniel Kehlmann: *Wo ist Carlos Montúfar? Über Bücher*, Reinbek bei Hamburg 2006. Carlos Montúfar ist einer der historisch belegten Begleiter Humboldts in Südamerika, der dem Reisenden auch nach Berlin folgte.

<sup>836</sup> Manfred Geier: *Die Brüder Humboldt*, Reinbek bei Hamburg 2009.

<sup>837</sup> Kultur.21: *Tolle Aussichten. Daniel Kehlmanns neuer Roman Ruhm*, online in: Homepage von youtube, URL: <http://www.youtube.com/watch?v=60uKJTWEwhY> (letzter Zugriff am 14.09.2012).

<sup>838</sup> Krausser: *Ich und Kehlmann*, S. 57.

*Suhrkamp* beziehungsweise *Deuticke* Verlag erschienen. Mit diesen Ausgaben konnte *Rowohlt* auch dadurch zusätzlichen Gewinn machen, da die Arbeit des Lektorats entfiel. Der Roman wurde auch noch auf anderen Gebieten weiterverwertet: Am 26. September 2008 kam es zur Uraufführung einer Dramatisierung von *Die Vermessung der Welt* im Staatstheater Braunschweig.<sup>839</sup> Auch eine Verfilmung des Buchs ist bereits in Planung.<sup>840</sup> Anlässlich des millionsten verkauften Exemplars der *Vermessung der Welt* kreierte das Künstlerduo Katz&Gold im Auftrag des *Rowohlt* Verlags einen Comic-Strip, der sich über die Käufer des Buches (und noch mehr über die Kaufanlässe) amüsiert.<sup>841</sup>

Wie oben angesprochen, ist der Roman Teil der Schullektüre und in manchen Bundesländern sogar Abiturthema geworden. Daher erscheinen für Lehrer und Schüler diverse Lektürehilfen, die sich meist aus einer inhaltlichen Zusammenfassung, Charakterisierung der Protagonisten und Darstellung relevanter historischer Daten zusammensetzen. Prekär ist allerdings, dass die Verfasser den Schülern vermitteln, dass der Roman auf tatsächlichen historischen Fakten beruht, wie folgendes Beispiel von Claudia Müller-Völkl und Michael Völkl illustriert: „Bei der literarischen Ausgestaltung der Erzählung orientiert sich der Verfasser grundsätzlich an den tatsächlichen geschichtlichen Fakten und Zusammenhängen.“<sup>842</sup> Auch inhaltlich werden falsche Angaben gemacht. So behaupten Müller-Völkl und Völkl, dass Humboldt und Gauß nach Eugen Gauß' Verhaftung sofort reagiert hätten.<sup>843</sup> Tatsächlich lassen sich die beiden Männer jedoch einige Zeit bis sie eingreifen.

Fehlerhaft sind teilweise auch die Anmerkungen zum Autor Daniel Kehlmann. So ist zum Beispiel bei Wolfgang Pütz zu lesen, Kehlmann habe sich über Immanuel Kant promoviert.<sup>844</sup> Richtig ist hingegen, dass der Schriftsteller zwar die Arbeiten zu einer Dissertation über den Philosophen aufgenommen hat, diese allerdings dann – wie der Autor selbst untermauert – zu Gunsten der Schriftstellerei aufgab.

Warum sich der Roman zur Schullektüre eignet, erklären Müller-Völkl und Völkl folgendermaßen: Neben einer „übersichtliche[n] Kapiteleinteilung“ ist es vor allem die

<sup>839</sup> Vgl.: Matthias Heine: *Humboldt und Gauß sind lustig auf der Bühne*, in: Homepage von *Die Welt*, URL: <http://www.welt.de/kultur/article2502368/Humboldt-und-Gauss-sind-lustig-auf-der-Buehne.html> (letzter Zugriff am 14.09.2012).

<sup>840</sup> Vgl.: o. V.: *Deutscher Bestseller soll verfilmt werden*, in: Homepage von *Focus*, URL: [http://www.focus.de/kultur/buecher/bucherfolg\\_aid\\_115481.html](http://www.focus.de/kultur/buecher/bucherfolg_aid_115481.html) (17.09.2012).

<sup>841</sup> Online in: Homepage von *Katz&Goldt*, URL: [http://www.katzundgoldt.de/wi\\_kehlmann\\_1.htm](http://www.katzundgoldt.de/wi_kehlmann_1.htm) (letzter Zugriff am 14.09.2012).

<sup>842</sup> Müller-Völkl, Völkl: *Daniel Kehlmann, Die Vermessung der Welt*, S. 10. Übrigens kommen auch die Lektürehilfen nicht umhin, sämtliche Erfolge des Romans in Form von Verkaufszahlen, Bestsellerlistenplatzierungen und Preisen zu nennen (vgl. ebd., S. 16).

<sup>843</sup> Müller-Völkl, Völkl: *Daniel Kehlmann, Die Vermessung der Welt*, S. 13.

<sup>844</sup> Pütz: *Daniel Kehlmann*, S. 9.

„durchgängig verständliche Sprache“, die einem „leserfreundlichen Umgang“ dient. Es sind also weniger die inhaltlichen Eigenschaften, die den Roman für Schüler empfehlenswert machen, als vielmehr die einfache Handhabung und die Ermöglichung einer raschen, unproblematischen Lektüre. Ganz ähnlich klingen im Übrigen auch die Argumente von Wolfgang Pütz:

Es ist die Vielschichtigkeit des Romans, die ihn jenseits seines Unterhaltungswerts für den Einsatz im Unterricht empfiehlt. Die Klarheit der Sprache und des Romanaufbaus, die relative Gradlinigkeit der Handlung sowie die Einfachheit und der Minimalismus, mit dem die an sich monumentale Geschichte zweier Genies erzählt wird, bilden als Motivationsfaktoren sozusagen das Eintrittsbillet in den schulischen Kontext.<sup>845</sup>

Außerdem verweist Pütz auf einen fächerübergreifenden Unterricht und somit wiederum auf die Weiterverwertung der Weiterverwertung: Nicht nur das Fach Deutsch, auch Geschichte, Geografie oder die Fächer der Naturwissenschaft und Mathematik können sich unterrichtsthematisch aus der *Vermessung der Welt* speisen. Somit rückt der Text immer weiter in den Hintergrund, er wird lediglich zum Anlass genommen, um beispielsweise über die Biografien der beiden Forscher zu sprechen oder deren Errungenschaften und Entdeckungen genauer in Augenschein zu nehmen. Die vorangehende Analyse illustriert, in welchem Maße der Roman durch diverse Medien popularisiert wurde und somit in die unterschiedlichsten Bereiche vordringen konnte. Freilich, diese Aspekte gelten nur für die deutschsprachige Ausgabe; wie der Roman im Ausland aufgenommen wurde, wird im folgenden Teil analysiert.

### 2.3.2. Internationaler Erfolg

*Die Vermessung der Welt* wurde in mehr als 40 Sprachen übersetzt, darunter ins Englische, Chinesische (sowohl einfach als auch ins traditionelle Chinesisch), Dänische, Finnische, Französische, Galizische, Griechische, Isländische, Italienische, Katalonische, Lettische, Niederländische, Portugiesische, Russische, Spanische, Ungarische und Vietnamesische. Daneben existieren auch Übertragungen in das Albanische, Arabische, Brasilianische, Bulgarische, Kroatische, Estnische, Färöische, Malayalam, Indonesische, Hebräische, Japanische, Koreanische, Litauische, Norwegische, Rumänisch, Slowakische, Thai und Türkische.<sup>846</sup> Aus dieser Auflistung geht hervor, wie global der Erfolg von Kehlmanns Roman ist, wobei allerdings nicht

---

<sup>845</sup> Pütz: *Daniel Kehlmann*, S. 14.

<sup>846</sup> Vgl. Homepage von *Daniel Kehlmann*: URL: <http://www.kehlmann.com/inhalt29.html>.

ersichtlich wird, wie hoch die jeweiligen nationalen Verkaufszahlen waren. Vor allem bei Übersetzungen in Sprachkreise, die wegen einer numerisch kleinen Sprachgruppe nur einen geringen Einzugs haben (etwa das Isländische oder Katalanische), ist von einer niedrigeren verkauften Stückzahl auszugehen.

Auch betont *Rowohlt* den internationalen Erfolg des Romans. In der Verlagschronik werden die Titelmotive der *Vermessung der Welt* der nationalen Ausgaben von Thailand, Frankreich, Südkorea, Dänemark, Ungarn, Griechenland, Norwegen, China und Großbritannien abgedruckt.<sup>847</sup> Auch dies soll Erfolg und Renommee von Verlag, Buch und Autor untermauern.

Jedoch sind die Erfolge nicht so eindeutig zu nennen, wie sie Kritiker und Verlag oft betonen. Vor allem im spanischsprachigen Ausland wurde viel Kritik an dem Roman (und insbesondere an der Darstellung des Kontinents sowie Humboldts) geübt.<sup>848</sup> Daneben sind auch die Verkaufszahlen in Österreich (dem zweiten Heimatland des Autors) weit vom Anspruch eines Bestsellerstatus entfernt.<sup>849</sup> Auch sind die in diversen Zeitungsartikeln veröffentlichten Verkaufszahlen nicht immer korrekt.<sup>850</sup> Doch – so konstatiert Julia Stein, deren Aufsatz im obengenannten Sammelband des *Rowohlt* Verlags erschienen ist – „Das Ausmaß des deutschen Verkaufserfolgs wurde nirgends übertroffen, in den meisten Ländern allerdings erreichte das Buch gute Absatzzahlen und fand eine interessierte kritische Rezeption.“<sup>851</sup> Im Folgenden wird wiederum die Aufnahme des Romans im angelsächsischen Sprachraum und in China umrissen.

#### 2.3.2.1. USA und Großbritannien

*Die Vermessung der Welt* wurde zwar im englischsprachigen Ausland wahrgenommen, jedoch sind die Erfolge auch dort bei Weitem nicht so bahnbrechend wie von vielen erwartet oder behauptet. Zwar beteuert Helmut Krausser in seinem Beitrag: „Seit es Kehlmann gibt, wird deutsche Literatur im Ausland, vor allem im englischsprachigen Ausland, nicht mehr wie syrische Lyrik behandelt. Er schlägt Schneisen in den Dschungel der unverhohlenen Missachtung, um die ihm jeder deutsche Literat dankbar sein muss.“<sup>852</sup> Doch tatsächlich „wurde der Roman bei Pantheon weit hinten in der

---

<sup>847</sup> Kristina Krombholz: *Rowohlt-Bücher in aller Welt. Mehr als nur vertraute Titel in exotischer Verpackung*, in: Hermann Gieselbusch et al. (Hrsg.): *100 Jahre Rowohlt. Eine illustrierte Chronik*, Reinbek bei Hamburg 2008, S. 353-356, hier S. 354.

<sup>848</sup> Vgl. dazu auch: Ette: *Nach der Kehlmannisierung*, S. 191.

<sup>849</sup> Weinzierl: *Wenigstens einmal richtig gefeuert*.

<sup>850</sup> Vgl. dazu Stein: „*Germans and humor in the same book*“.

<sup>851</sup> Stein: „*Germans and humor in the same book*“, S. 137.

<sup>852</sup> Krausser: *Ich und Kehlmann*, S. 57.

Vorschau, ohne Anzeigen, Leseexemplare und Werbemittel angekündigt.“<sup>853</sup> Dies bestärkt – im Zusammenhang mit den relativ niedrigen Verkaufszahlen in den USA – dass ein vergleichbarer Erfolg nicht ohne entsprechenden Aufwand und Marketing erreicht werden kann. Allerdings gab es einen Vorabdruck eines Kapitels sowie einige Besprechungen in renommierten Zeitschriften. Ebenfalls wurde eine Rezension am ersten Verkaufstag des Buches in der einflussreichen *New York Times* abgedruckt.<sup>854</sup> Insgesamt verkaufte sich der Roman dort etwa 20.000 Mal.<sup>855</sup> Im Jahr 2006 nahm *Die Vermessung der Welt* sogar den zweiten Platz auf der Weltbestsellerliste der *New York Times* ein.<sup>856</sup> Auch im *Time Magazin* wird es 2006 zu den zehn besten Büchern gezählt.<sup>857</sup> Um diesen Erfolg zu befördern, präsentiert sich Kehlmann in vielen Medien; auch wird der Autor zu Lesungen und Veranstaltungen an amerikanische Universitäten eingeladen; einen Auftritt hat er auf dem PEN World Voices Festival 2008.<sup>858</sup>

In Großbritannien erschien *Die Vermessung der Welt* bei *Quercus*, einem erst 2004 gegründeten Verlagshaus. Viel Aufwand steckte dieses Unternehmen in die Vermarktung: „Daniel Kehlmanns Londoner Verlag Quercus kündigt für diesen Roman die größte Werbeaktion der jungen, aber teuren Firmengeschichte an,“<sup>859</sup> stellt Thomas Steinfeld fest. Neben diversen Anzeigen, entstanden dabei auch zwei Filmclips.<sup>860</sup>

Der Erfolg in Deutschland und insbesondere die Verdrängung von Joanne K. Rowlings *Harry Potter* von der Bestsellerliste lässt die US-amerikanischen Rezensenten staunen: „„Measuring the World,” which resembles nothing more American than a pint-size novel by Thomas Pynchon, displaced J. K. Rowling and Dan Brown from the top of the German best-seller lists.“<sup>861</sup>

Generell zeigen sich die Rezensenten verwundert darüber, dass der Roman *Die Vermessung der Welt* nicht – wie sonst typisch für die deutsche Literatur – vom Zweiten Weltkrieg und dem Nationalsozialismus handelt: „Something unusual has been happening in Germany. For more than a year one of the bestselling books has been a novel by a young Austrian writer named Daniel Kehlmann that is neither a thriller nor a

---

<sup>853</sup> Stein: „*Germans and humor in the same book*“, S. 137.

<sup>854</sup> Stein: „*Germans and humor in the same book*“, S. 138.

<sup>855</sup> Stein: „*Germans and humor in the same book*“, S. 139.

<sup>856</sup> Krombholz: *Rowohlt-Bücher in aller Welt*, S. 356.

<sup>857</sup> Preußner: *Zur Typologie der Zivilisationskritik*, S. 74. Der Roman belegte dort den neunten Platz.

<sup>858</sup> Kehlmann, Eugenides: *Konversation beim 2008 PEN World Voices Festival*.

<sup>859</sup> Steinfeld: *Teutonische Angst vor der Freiheit*.

<sup>860</sup> Stein: „*Germans and humor in the same book*“, S. 141.

<sup>861</sup> Tom LeClair: *Geniuses at work*, in: *New York Times* vom 5.11.2006, auch online in: Homepage von *New York Times*, URL: <http://www.nytimes.com/2006/11/05/books/review/LeClair.t.html> (letzter Zugriff am 14.09.2012).

racy love story. Even more surprising: It has nothing to do with Hitler.”<sup>862</sup> Für diese fehlende Thematik bietet Anderson eine Erklärung an:

It is true that Kehlmann belongs to a different generation and is not bound by the same sense of taboo and guilt that has haunted Germans born near the end of World War II. Moreover, his partial Jewish heritage--his father was imprisoned in a work camp, and numerous relatives were deported and killed--further complicates the matter of his "Germanness" without providing an alternative identity.<sup>863</sup>

Fraglich ist, ob dies wirklich der Grund für Kehlmanns Themenwahl war. Jedoch wird ersichtlich, wie sehr die amerikanischen Kritiker bei deutschsprachigen Büchern die NS-Thematik fordern und wie sehr sie bei deren Fehlen nach einer Erklärung suchen. Daher wird dem Autor Eskapismus unterstellt:

Like W. G. Sebald, who had to emigrate to England to become a major German writer, Kehlmann had to escape Germany - he lives in Vienna - to anatomise its escapism. He is already a figure of European stature precisely because he writes, not as an amorphous European writer, but as an unashamedly German one.<sup>864</sup>

Ebenfalls erkennt Luke Harding eine Veränderung in der deutschen Gegenwartsliteratur: „The novel marks a change in Germany's post-war literary landscape. For decades German fiction has enjoyed the reputation of being serious, worthy and a bit dull. It has, for the most part, been preoccupied with the country's grim past.”<sup>865</sup> Eben die geringe Ernsthaftigkeit und Kopflastigkeit macht Kehlmanns Roman also lesenswert für das angelsächsische Publikum. Anzumerken ist außerdem, dass die Journalisten den Roman in den USA als „more zany than brainy“<sup>866</sup> bezeichnen.

Die Thematik des Buches weckt auch das Interesse von wissenschaftlichen Zeitschriften in den USA. So erschien beispielsweise eine Rezension im *American Scientist*. Der Verfasser Ken Alder beschäftigt sich dabei mit dem Inhalt des Romans, auf

---

<sup>862</sup> Mark M. Anderson: *Humboldt's Gift*, in: *The Nation* (New York), Volume 284, Number 17 vom 30.4.2007, auch online in: Homepage von *The Nation*, URL: <http://www.thenation.com/article/humboldts-gift> (letzter Zugriff am 23.8.2011). Auch andere Journalisten sind überrascht: Aaron Britt: *Weird Science in Germany*, in: *San Francisco Chronicle* vom 12.11.2006, auch online in: Homepage von *San Francisco Chronicle*, URL: [http://articles.sfgate.com/2006-11-12/books/17318953\\_1\\_carl-friedrich-gauss-novel-measuring](http://articles.sfgate.com/2006-11-12/books/17318953_1_carl-friedrich-gauss-novel-measuring) (letzter Zugriff am 09.09.2012).

<sup>863</sup> Anderson: *Humboldt's Gift*.

<sup>864</sup> Daniel Johnson: *A major new German novelist*, in: *Daily Telegraph* vom 12.4.2007, auch online in: Homepage von *Daily Telegraph*, URL: <http://www.telegraph.co.uk/culture/books/3664325/A-major-new-German-novelist.html> (letzter Zugriff am 14.09.2012).

<sup>865</sup> Luke Harding: *Unlikely bestseller heralds the return of lightness and humour to German literature*, in: *The Guardian* (London) vom 19.07.2006, auch online in: Homepage von *Guardian*, URL: <http://www.guardian.co.uk/world/2006/jul/19/books.germany> (letzter Zugriff am 18.09.2012).

<sup>866</sup> Ron Charles: *Weird Science*, in: *Washington Post* vom 26.11.2007, auch online in: Homepage von *Washington Post*, URL: <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2006/11/22/AR2006112201545.html> (letzter Zugriff am 10.09.2012).



Verkaufszahlen oder biografische Daten des Autors geht er nicht ein.<sup>867</sup> Obwohl er sich hauptsächlich auf wissenschaftliche Genauigkeit fokussiert, kommt er nicht umhin, den Roman als „marvelous“ einzustufen. Auch nimmt er – wie seine deutschen Kollegen – auf den magischen Realismus Bezug. Und trotz Kritik kommt er letztendlich zu einem positiven Fazit: „As a card-carrying historian of science, I am duty-bound to note that the book includes numerous minor deviations from the historical record. However, I am delighted to report that Kehlmann maintains a scrupulous imaginative fidelity to his characters and their era.“<sup>868</sup> In einer Rezension im Wissenschaftsmagazin *Nature* fokussiert der Verfasser sich ebenfalls ganz auf den Text und diskutiert die unterschiedlichen Formen der Betreibung von Wissenschaft.<sup>869</sup> Hier verdeutlicht sich nochmals, dass die Kritiker, die nicht primär für ein literaturwissenschaftliches Publikum oder eine allgemeine Leserschaft (etwa einer Tageszeitung) schreiben, sich deutlich stärker auf den Text konzentrieren. Die Auseinandersetzung mit dezidiert wissenschaftlichen Problemen interessiert andererseits selbstverständlich die Leserschaft des Magazins. Hier werden also konkrete Leser angesprochen.

Kehlmanns Roman schließt sich durch seinen Inhalt übrigens an die Mode der Wissenschaftsromane im angelsächsischen Raum an, die dort bereits eine lange Tradition vorweisen kann. Möglicherweise lässt sich von diesem Aspekt ausgehend auch auf eine recht positive Aufnahme des Buches durch angelsächsische Wissenschaftler und Wissenschaftsinteressierte schließen. Dennoch, die Art der Vorstellung der Protagonisten in den Rezensionen erweckt den Eindruck, sie seien in den USA völlig unbekannt. Vor allem zu Gauß geben die Verfasser mehr Hintergrundinformationen. Dies mag auch darauf hindeuten, dass die europäische (oder in diesem Fall die deutsche) Geschichte des 19. Jahrhunderts als weniger bekannte Epoche in den USA zu verorten ist. Auch hier tut sich folglich – wie auch in China – eine kulturelle Lücke auf, die die Kritiker durch Zusatzinformationen zu schließen versuchen.

Interessanterweise beziehen sich die Rezensionen im angelsächsischen Raum auf dieselben Szenen wie ihre deutschsprachigen Kollegen; allen voran erzählen sie die Episode aus Gauß' Hochzeitsnacht nach.<sup>870</sup> Mark M. Anderson fällt auch die Parallele

---

<sup>867</sup> Ken Alder: *A Passion for Precision*, in: *American Scientist* 95, May/June 2007, S. 273f.

<sup>868</sup> Alder: *A Passion for Precision*, S. 274.

<sup>869</sup> John Whitfield: *Opposites attract*, in: *Nature* Vol. 445 vom 14.2.2007, S. 713f. Auch online in: Homepage von *Nature*, URL: <http://www.nature.com/nature/journal/v445/n7129/full/445713a.html> (letzter Zugriff am 18.09.2012).

<sup>870</sup> Charles: *Weird Science*; Anderson: *Humboldt's Gift*, Kate Chisholm: *Stung by a dark cloud*, in: Homepage von *The Telegraph*, URL: <http://www.telegraph.co.uk/culture/books/3664323/Stung-by-a-dark-cloud.html> (letzter Zugriff am 10.09.2012).

zu Kafkas *Schloss* auf, und er erläutert dies relative ausführlich in seinem Artikel.<sup>871</sup> Auf die erfundenen Eigenheiten und die Abweichungen von den real-historischen Geschehnissen reagiert der angelsächsische Raum deutlich freundlicher als der deutschsprachige. Zwar nehmen die Kritiker diese zur Kenntnis, doch argumentieren sie mit der Fiktionalität und der Verwendung von Elementen des magischen Realismus zugunsten Kehlmanns.<sup>872</sup> Möglicherweise kann auch ein Mangel an historischer und/oder kultureller Verbindung zu den Protagonisten für die lockerere Aufnahme der in Deutschland als „Fehler“ deklarierten Abweichungen stehen. Bemängelt wird teilweise die fehlende Tiefe des Romans: „Like so many works whose primary aim appears to be to charm [...], “Measuring the World's” lack of substance disqualifies it from much lasting effect, or true artistic greatness.”<sup>873</sup> Ähnlich sieht es auch Anderson:

*Measuring the World* is not quite a masterpiece: Though amusing, its characters are not fully developed beyond the needs of satire to become affecting. And American readers may not get all the German in-jokes that fuel the humor in the original; the English translation is often too elegant and misses the amusingly stilted quality of Humboldt's “classical” German.<sup>874</sup>

Wobei hier ersichtlich wird, dass die Übersetzung vor allem in den Belangen des Humors problematisch ist.

Die Wissenschaft im angelsächsischen Raum verweist außerdem auf Defizite der Analyse in Deutschland: “Indeed, the role of national identity is largely overlooked in criticism about Kehlmann, who currently resides both in Germany, where he was born, and Austria, where he was raised by his father.”<sup>875</sup> Hier stellt der Verfasser sogleich wieder einen Bezug zwischen Autor und Text her, und impliziert damit, dass Kehlmann aus teils autobiografischen Gründen die Thematik der Identität problematisiert. Weiter argumentiert Kavaloski:

Contrary to Simpson's assertions, however, *Die Vermessung der Welt* neither evades Germany's complicated history, nor does it rely on an organic conception of nation. Indeed, to dismiss it as reactionary, or as somehow ideologically naïve, is to misread it, since the novel signifies the emergence of a new German identity for the early twenty-first century at the same time that it portrays the early nineteenth century. *Die Vermessung der Welt* ambitiously seeks to participate in reshaping the landscape of

---

<sup>871</sup> Anderson: *Humboldt's Gift*.

<sup>872</sup> Vgl. hierzu insbesondere LeClair: *Geniuses at work*.

<sup>873</sup> Britt: *Weird Science in Germany*.

<sup>874</sup> Anderson: *Humboldt's Gift*.

<sup>875</sup> Joshua Kavaloski: *Periodicity and national identity in Daniel Kehlmann's "Die Vermessung der Welt"*, in: *Gegenwartsliteratur* 9 2010, S. 263-287, hier S. 266.

contemporary German culture, which has undergone a profound transformation since 1989. Because Kehlmann's novel uses Germany's past as a pretext to address its present, it is nothing less than a palimpsest that overwrites stagnant and historically-burdened notions of nation with a new construct that is aware of the past without being crushed by it.<sup>876</sup>

Der Verfasser betont indirekt, dass er eine griffigere Analyse bieten kann als andere (deutschsprachige) Wissenschaftler.

Stilistisch wird in den Artikeln vor allem auf die Leichtigkeit verwiesen: „Kehlmann's lightly surreal style, a mixture of comedy, romance and the macabre, with flashes of magical realism that read like Borges in the Black Forest“ fasziniert die Kritiker.<sup>877</sup> Wie hier wird oft der Humor und die Komik in Kehlmanns Roman angeführt, was zumeist als positiver Aspekt gewertet wird. Insgesamt zeigt sich, dass das Buch vor allem auf Grund seiner Kürze und leichten Lesbarkeit gelobt wird.<sup>878</sup> Diese Form der Literatur entspricht zu großen Teilen der US-amerikanischen, was bedeutet, dass die positive Aufnahme auch dieser Ähnlichkeit geschuldet ist.

Kehlmann selbst wird mehrfach als „Wunderkind“ oder „prodigy“ bezeichnet.<sup>879</sup> In Großbritannien – wie zuvor in Deutschland – werden Kehlmanns schriftstellerische Fähigkeiten mit jenen Thomas Manns verglichen: „Kehlmann is a master of irony, deftly subverting the expectations of the reader.“<sup>880</sup> Daneben vergleichen ein paar Kritiker den Erfolg der *Vermessung der Welt* mit Patrick Süskinds Bestseller: „The book [...] is the most successful German novel since Patrick Suskind's *Perfume* two decades ago.“<sup>881</sup> Interessanterweise wird auch hier Schlinks Roman ausgespart – wie eben größtenteils auch in Deutschland – obwohl dieses Buch doch vor allem in Großbritannien wegen seines Inhaltes Furore machte. Dies zeigt, wie schnell vergessen zahlreiche Bestseller nach wenigen Jahren bereits sind. Deren Kurzlebigkeit – auch im Gedächtnis der Journalisten – steht, wie bereits im ersten Teil erläutert, für die rasch wechselnden Moden auf dem Buchmarkt.

### 2.3.2.2. China

Die in China erschienene Ausgabe des Romans wartet mit einigen Kuriositäten auf. Äußerlich ähnelt die Ausgabe stark der deutschen: Das Coverbild ist das gleiche, es

---

<sup>876</sup> Kavaloski: *Periodicity and national identity in Daniel Kehlmann's "Die Vermessung der Welt"*, S. 269.

<sup>877</sup> Charles: *Weird Science*.

<sup>878</sup> Abweichend davon bemängelt LeClair (*Geniuses at work*) die Kürze.

<sup>879</sup> LeClair: *Geniuses at work*; Britt: *Weird Science in Germany*; Anderson: *Humboldt's Gift*.

<sup>880</sup> Johnson: *A major new German novelist*.

<sup>881</sup> Harding: *Unlikely bestseller heralds the return of lightness and humour to German literature*. Ähnlich ist es auch im folgenden Artikel nachzulesen: Johnson: *A major new German novelist*.

wurde bei der chinesischen Ausgabe lediglich vergrößert und farblich leicht verändert. Neben dem chinesischen Titel 测量世界, sind auch der deutsche Titel und der Name des Autors – wenngleich fehlerhaft! – abgedruckt.<sup>882</sup> Sodann findet auch das Emblem des Rowohlt Verlags seinen Platz auf dieser Ausgabe. Auf dem Buchrücken sind Zitate verschiedener Kritiker wiederzufinden, darunter auch jenes der *Frankfurter Rundschau*, welches in Deutschland später auch auf der Taschenbuchausgabe zu finden ist. Die erste Auflage datiert vom 01.07.2006, ist also nach weniger als einem Jahr nach Erscheinen der Originalausgabe in der Volksrepublik erschienen. Der Text selbst ist offenbar mit viel Aufwand übersetzt worden. So sind diverse Anmerkungen zu verschiedenen europäischen Persönlichkeiten, geografischen Gegebenheiten oder historischen Ereignissen zu finden. Diese sollen dem Leser rasch Auskunft geben, damit er die Person oder das Ereignis in den Kontext einordnen kann. Dabei wurden offensichtlich jene Entitäten erläutert, die speziell in China weniger bekannt sind. Interessanterweise finden sich in der deutschen Originalausgabe keine dieser Anmerkungen, auch nicht bei spezifischen Begriffen, die nicht jedem deutschsprachigen Leser bekannt sein dürften. Dieses Beispiel zeigt, dass keineswegs mehr von einer schnellen Übersetzungsmaschinerie ohne Überlegung und Konzept in China gesprochen werden kann. Vielmehr ist der Text speziell für das chinesische Lesepublikum aufbereitet. Wahrscheinlich haben die Verlage dort erkannt, dass allein der Name eines Bestsellers – ohne fundierte, überlegte Übersetzung – langfristig keinen Erfolg bringt. Angezweifelt werden muss jedoch weiterhin, ob die Thematik, die in einem spezifisch europäischen Kontext eingearbeitet ist, in einem solch fremdkulturellen Kontext genügend Leser auf sich aufmerksam machen kann.

Erweitert ist die chinesische Ausgabe außerdem um eine sechsseitige Erläuterung des Übersetzers Zhu Linhua zu seiner Arbeit. Dieser geht dabei zuerst auf den deutschen Buchmarkt ein und erklärt, dass das deutsche Lesepublikum auch gerne ausländische (vor allem amerikanische) Bücher liest. Außerdem bezeichnet auch Zhu Linhua die deutsche Literatur als kopflastig und eintönig. Daher mangle es auch oft an großen Erfolgen. *Die Vermessung der Welt* sieht er jedoch als entscheidende Ausnahme zu dieser Aussage.<sup>883</sup> Anschließend geht er auf Kehlmanns Erfolge ein, nennt diverse Preise und seine früheren Werke. Interessanterweise erwähnt auch Zhu Linhua, dass

---

<sup>882</sup> Offensichtlich wurde der Buchstabe L als I wahrgenommen, denn zu lesen ist: „Daniei Kehimann: Die Vermessung der weit.“

<sup>883</sup> 朱刘华: 译后记, in: 丹尼尔·克爾曼: 测量世界, S. 238-243, hier S. 238.

Kehlmann eine doppelte Staatsbürgerschaft besitzt, und nennt die Berufe der Eltern.<sup>884</sup> Das Phänomen von Kehlmanns Erfolg bezeichnet Zhu Linhua als Mythos (神话 shénhuà).<sup>885</sup>

In den deutschen Medien wird über einen verhaltenen Erfolg in der Volksrepublik berichtet:

Als „ein Abenteuerroman mit seltener Phantasie und Lebensphilosophie“, als „das Buch, das in Deutschland Harry Potter geschlagen hat“, war der Roman angekündigt worden. Doch das Buch erregte in der Volksrepublik nicht viel Aufmerksamkeit, am ehesten wurde noch im Internet darüber diskutiert.<sup>886</sup>

Auch hier zeigt sich – wie bei den beiden vorherigen Beispielen – dass insgesamt die Resonanz auf die deutschen Bestseller in China deutlich moderater ausfällt als angenommen. Die Deklaration eines Textes zum internationalen Bestseller beruft sich meist auf die weltweiten Verkaufszahlen, ein Blick auf die einzelnen nationalen Märkte zeigt dann, dass das Buch deutlich schwächer aufgenommen und rezensiert wurde. Dennoch ist, wie das Beispiel der *Vermessung der Welt* zeigt, ein eindeutiger Wandel in der Gestaltung der Übersetzungen zu verzeichnen. Und damit einhergehend auch eine Veränderung im literarischen Markt und dessen wirtschaftlicher sowie kultureller Auffassung. Denn statt raschem Übersetzen, ohne dem chinesischen Leser eventuelle kulturelle Stolpersteine zu beseitigen, zeigt sich die aktuellste Übersetzung der drei Beispiele als deutlich angepasster und aufgeschlossener. Womöglich hat sich auch gezeigt, dass mit dem Verkauf der Titel (, die aber schlecht übersetzt und für den chinesischen Leser kaum rezipierbar sind) kein Geld verdienen lässt.

### 2.3.3. Zusammenfassende Beobachtung

Die *Vermessung der Welt* unterscheidet sich von den beiden zuvor untersuchten Romanen (Süskinds *Das Parfum* und Schlinks *Der Vorleser*) vor allem dadurch, dass die Rezensenten keinen Ansatzpunkt finden, um einen Bezug zur NS-Zeit herzustellen. Besonders im angelsächsischen Raum scheint dies bei den Kritikern zu Verwunderung und spekulativen Erklärungen zu führen. Doch tatsächlich ist es eben nicht die Ernsthaftigkeit und die Bearbeitung schwerer Themen, die in diesem Fall zum Erfolg

---

<sup>884</sup> 朱刘华: 译后记, in: 丹尼尔·克尔曼: 测量世界, S. 238-243, hier S. 239.

<sup>885</sup> 朱刘华: 译后记, in: 丹尼尔·克尔曼: 测量世界, S. 238-243, hier S. 239.

<sup>886</sup> Si.: *Wo bleibt die Philosophie?* In: Homepage von *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, URL: <http://www.faz.net/artikel/C30712/china-wo-bleibt-die-philosophie-30139495.html> (letzter Zugriff am 17.09.2012).

führte, vielmehr ist es die oberflächliche Leichtigkeit, die humoreske Darstellung der beiden Protagonisten und der ungewöhnliche Umgang mit der Geschichte. In den mehr als 30 miteinbezogenen Rezensionen werden zwar auch hin und wieder Stimmen laut, die auf Fehler und Mängel der historischen und geografischen Gegebenheiten verweisen, doch wirkt diese Kritik bei Weitem nicht so skandalös wie etwa bei Schlink. Das Verfälschen der Geschichte – oder zumindest von historischen Details – provoziert keinen Aufschrei. Dies mag auch daran liegen, dass die Allgemeinbildung bezüglich des 18. und 19. Jahrhunderts beim Lesepublikum durchschnittlich weniger stark ausgebildet ist als bezüglich des Zweiten Weltkriegs oder der Nachkriegszeit und auch die Sensibilitäten anders gelagert sind. Auch im *Parfum* wurden Fehler in der historischen Darstellung nachgewiesen, doch wurden auch diese aus zweierlei Gründen anders aufgenommen als bei der *Vermessung der Welt*. Zuerst ist die Geschichte Grenouilles rein fiktional, zu real-historischen Figuren besteht daher kaum ein Zusammenhang. Zweitens nutzte Süskind die oberflächlich als Fehler deklarierten Ungereimtheiten als Element seines postmodernen Spiels.

Zwar lassen die Ausmaße des Erfolgs Rezensenten und Wissenschaftler teilweise erstaunen, sei dies doch „innerhalb der deutschen Gegenwartsliteratur zweifelsohne ein singuläres Phänomen“<sup>887</sup>, doch legt sich – ähnlich wie bei den beiden früher erschienen Romanen *Das Parfum* und *Der Vorleser* – in den Medien (und teilweise auch in der Wissenschaft) die anfängliche Euphorie mit steigenden Verkaufszahlen. Markus Gasser erkennt dies auch für *Die Vermessung der Welt*:

Als der Roman erfolgreich, dann sehr erfolgreich und schließlich denn doch etwas zu erfolgreich war, warf die Literaturkritik, statt eine halbe Flasche Champagner zu trinken, dem Roman mit betriebsbewährter Missgunst Mangel an „Tiefe“ vor, um sich den Erfolg zu erklären.<sup>888</sup>

Deutlich wird dabei auch die abwertende Haltung gegenüber der Literaturkritik. Doch eben diese Meinung verändert sich gleichfalls mit den Urteilsentscheidungen der Rezensenten. Befindet der Rezensent das Buch für gut (was mit der Meinung des – in diesem Falle – Wissenschaftlers konform geht), so werden die Rezensionen als korrekt, nützlich und berechtigt eingestuft. Wenden sich die Kritiken jedoch gegen den Text, so wendet sich der Wissenschaftler im Gegenzug gegen die Kritiken, stuft diese und ihre Einschätzungen samt Wertungsgehalt herab. Diese Wechselwirkungen lassen sich nicht

---

<sup>887</sup> Müller-Völkl, Völkl: *Daniel Kehlmann, Die Vermessung der Welt*, S. 16.

<sup>888</sup> Markus Gasser: *Daniel Kehlmanns unheimliche Kunst*, in: *Text + Kritik. Zeitschrift für Literatur*, Nr. 177 (I/08), S. 12-29, hier S. 25.

nur in der Literaturkritik, sondern auch in diversen anderen Gebieten beobachten. Ebenfalls – wie auch in den voran stehenden Kapiteln gezeigt, ändern Ruf und Position von Kritiker und Wissenschaftler diese Einstellungen. Ähnlich wie bei Schlink fokussiert sich die Kritik an Kehlmanns Roman auf einen bestimmten Aspekt. Die Darstellung Humboldts scheint nicht zum Forschungsstand der entsprechenden Forscher zu passen. Im Allgemeinen sind deutlich weniger (kritische) Aussagen zur Figur von Gauß zu verzeichnen.

Auch im Falle von Daniel Kehlmann spielt der Autor als reale Person, ähnlich wie bei Süskind, eine entscheidende Rolle, was die Vermarktung angeht. Der Autor steht für den Text und den Erfolg des Buches, seine Anwesenheit bei Literatursendungen oder -messen sind Teil einer Strategie, die zwar gegensätzlich zu Süskinds aufgebaut ist, aber nach einem ähnlichen Muster funktioniert: Seine Anwesenheit in den Medien trägt zum Bekanntheitsgrad seiner Person und damit einhergehend seiner Werke bei.

Bezeichnend ist Kehlmanns ständige Stellungnahme und permanente Interpretation seiner eigenen Texte, der Autor 'offenbart' seine Intention, er bietet dem Leser eine bestimmte Lesart an, die durch die scheinbare Authentizität, das heißt, durch die Autorität des Autors selbst legitimiert wird. Auch nennt er bereitwillig andere Autoren, die sein Schaffen beeinflussen, wie etwa die „großen lateinamerikanischen Schriftsteller“ oder Thomas Mann und Vladimir Nabokov.<sup>889</sup> Daneben beruft sich Kehlmann darauf, dass privates Leben und Beruf bei einem Schriftsteller nicht getrennt werden können. Diese Aussage in einem Interview verstärkt den Eindruck der Authentizität und Menschlichkeit, die der Schriftsteller ausstrahlen will.<sup>890</sup>

Abschließend kann auch zu diesem Buch angemerkt werden, dass sich unterschiedliche Lesererwartungen erfüllen, dass der Roman also gewissermaßen auf unterschiedlichen Ebenen gelesen werden kann. Hinzukommt – ähnlich wie bei Schlink – die Debatte in wissenschaftlichen Kreisen bezüglich seiner Darstellungsformen und deren Korrektheit. Auch dies potenziert die Medienaufmerksamkeit, die sich bei Kehlmann sehr stark auf seine Persönlichkeit konzentriert. Kehlmann bildet quasi das Gegenstück zu Süskinds Verhaltensweise gegenüber der Öffentlichkeit, wobei auch Kehlmann sich mittlerweile etwas weniger in den Medien präsentiert, und so seine Selbstinszenierung in der Öffentlichkeit reduziert hat.

---

<sup>889</sup> Vgl. Olga Olivia Kasaty: *Ein Gespräch mit Daniel Kehlmann*, in: dies.: *Entgrenzungen. Vierzehn Autorengespräche über Liebe, Leben und Literatur*, München 2007, S. 169-195, hier S. 170 und S. 174.

<sup>890</sup> Hage: *Jetzt ist alles gut*, S. 133.

### III. Vergleich

#### 3.1. Unterschiedliche Bücher – unterschiedliche Erfolge?

Drei Bücher von drei verschiedenen Autoren, erschienen im Abstand von zehn Jahren, über drei verschiedene Themen im je eigenen Stil geschrieben, liegen dieser Arbeit zugrunde. Und trotz ihrer Verschiedenheiten sind alle drei Bestseller geworden. Es stellt sich an dieser Stelle die Frage, inwiefern sich zwischen den einzelnen Büchern Ähnlichkeiten und Differenzen in ihren Erfolgsfaktoren auftun. Diese besonderen Merkmale werden in diesem Teil herausgegriffen und näher beleuchtet.

Bereits für die Verkaufszahlen der drei Bücher lassen sich erhebliche Unterschiede ausmachen. Zwar erreichten alle drei die Schwelle von einer Million verkaufter Exemplare, doch zeigen die konkreten Zahlen markante Differenzen: Wird bei der *Vermessung der Welt* von 1,4 Millionen verkauften Exemplaren gesprochen, sind es beim *Parfum* etwa 3,5 Millionen. Konkrete Zahlen zum *Vorleser* gibt *Diogenes* nicht preis, einzig die magische Schwelle von 500.000 Exemplaren wird ab und zu erwähnt. Allein diese Zahlen zeigen, dass es sich bei dem Ausmaß der Erfolge um äußerst unterschiedliche Ergebnisse handelt. Zwar haben alle drei Texte damit den definierten Status des Bestsellers erreicht – denn im Vergleich zu anderen Texten haben sich die Bücher jeweils innerhalb eines bestimmten Zeitraumes in Deutschland relativ häufiger verkauft als andere derselben Art – doch der umfassendste Erfolg in Deutschland gelang dabei einzig Süskinds Roman. Kurioserweise ist allerdings in Anbetracht der veröffentlichten Verkaufszahlen die Bekanntheit des *Vorlesers* deutlich größer als die der *Vermessung der Welt*. Dies mag einerseits mit der Debatte um Täter- und Opferrolle, die Schlinks Roman provoziert, zusammenhängen, andererseits bildet auch die Verfilmung einen entscheidenden Faktor zur größeren Bekanntheit des Buches. Bei Kehlmann ist weder eine solch stark ausgeprägte Debatte noch eine Verfilmung (bis heute zumindest) vorzufinden.

Auch der Zeitraum, wie lange sich ein Buch auf der Bestsellerliste hält, wurde hin und wieder in den Medien erwähnt. Hier zeigen sich ebenso Unterschiede wie bei den oben erwähnten Verkaufszahlen: Die spektakulären neun Jahre des *Parfums* auf der Bestsellerliste sind einmalig. Kein anderes Buch war in Deutschland vergleichbar lange auf den Bestsellerlisten. Beim *Vorleser* ist immerhin von 310 Wochen, also knappen sechs Jahren, die Rede. Anders bei der *Vermessung der Welt*; dieser Roman hielt sich



unterschiedlichen Quellen zufolge zwischen 36 und 66 Wochen in den Bestsellerlisten. Eine Recherche bei *Buchreport* zeigt jedoch, dass der Roman insgesamt 224 Wochen in der Bestsellerliste verweilte, wobei er mit Unterbrechungen auf den Plätzen eins bis zehn insgesamt 125 Wochen rangierte.<sup>891</sup> Interessant ist diese Beobachtung insofern, als dieser Erfolg nicht in den Rezensionen aufgenommen wurde. Auch der Verlag selbst äußert sich nicht zu konkreten Erfolgen. Das mag auch darauf hindeuten, dass die Zahlen nicht ganz so erfolgreich waren wie etwa beim *Parfum* und daher für Marketingstrategien beziehungsweise zur Untermauerung des Bestsellerstatus nicht gerade zweckdienlich. Dass *Diogenes* die Verkaufszahlen zum *Parfum* veröffentlichte, ist ein Indiz dafür, dass hiermit alle erdenklichen Ziele erreicht und/oder übertroffen wurden. Auch dass diese Zahlen bis heute nicht mehr mit einem deutschsprachigen Buch wiederholt wurden, macht die Bedeutung dieses Erfolgs deutlich. Wenngleich die anderen beiden Bücher ebenfalls erfolgreich waren, sind ihre Verkaufszahlen doch deutlich hinter jenen des *Parfums* zurückgeblieben. Allerdings kann – da die konkreten Verkaufszahlen bei den beiden neueren Büchern eine geringere Rolle zu spielen scheinen – auch spekulativ geäußert werden, dass allein die Betitelung eines Buches als „Bestseller“ gegenwärtig diesen Status bestätigt. Der Ruf eines Buches mehrt sich durch eben jenes Prädikat und die anhaltende Flut an Kritiken. Auch die stärkere Fokussierung auf den Autor, dessen Privatleben und seine anderweitigen (beruflichen) Erfolge befeuern dieses Image zusätzlich. Ein vergleichender Überblick über die unterschiedlichen Erfolgsfaktoren soll diese Aussage bestärken.

#### a) Die Verlage

Zwei der untersuchten Bestseller stammen aus dem Hause *Diogenes*, einer wurde bei *Rowohlt* publiziert. Es handelt sich also um Verlagshäuser eines gewissen Ranges. Ihre Bekanntheit und Größe untermauern die These, dass der Erfolg eines Buches auch von den finanziellen Möglichkeiten des Verlages abhängt.

Die vorangegangenen Einzelanalysen bestätigen in allen drei Fällen, dass ein besonderer Marketingaufwand von Seiten des Verlages unternommen wurde. Am stärksten und einflussreichsten wurden bei der Veröffentlichung des *Parfums* entsprechende Maßnahmen ergriffen. Dies mag ein wesentlicher Grund dafür sein, dass sich gerade dieses Buch am besten von den genannten dreien verkaufte.

Erkennbar ist auch, dass die drei Bücher von Beginn an innerhalb der Verlage differenzierter behandelt wurden als andere Texte. Es ist davon auszugehen, dass den

---

<sup>891</sup> O. V.: *Die Vermessung der Welt* (1).

Lektoren und/oder Verlegern bereits vor Veröffentlichung klar war, dass diese Bücher alle Bedingungen erfüllen, um große Erfolge nach sich zu ziehen. Da die Verlage dafür teilweise sogar ihre Prinzipien und Leitlinien verändern (wie etwa bei der Neugestaltung der zukünftigen Covers oder der Umarbeitung des Katalogs; vgl. dazu *Das Parfum*), kann als ein wesentlicher Hinweis darauf gedeutet werden, dass auch die Bestseller selbst in einem Feedback-Loop die Unternehmen beeinflussen können. Bestseller können neue Trends auslösen, durch die ein Verlag sich ein neues Image geben kann.

Keiner der Verlage macht konkrete Angaben zu Kosten und Finanzierungen der Bücher. Auch die Veröffentlichung weiterer Zahlen ist äußerst selten; die einzige Ausnahme bildet hier wieder *Das Parfum*. Dass sich *Diogenes* hierbei einen Vorteil davon verspricht, Zahlen zu veröffentlichen, hängt sicher mit dem Umfang des Erfolgs zusammen. Das Unternehmen nutzt also die Erfolgszahlen zur Mehrung des Erfolgs. Dieses Verhalten unterstreicht erneut die Einmaligkeit des Erfolgs von Süskinds Roman.

Darüber hinaus spielt das Verhältnis zwischen Verlag und Autor eine entscheidende Rolle für die Gestaltung des Marketings und weitere Buchprojekte des Schriftstellers: Zwischen Schlink und dem *Diogenes* Verlag ist eine besondere Bindung entstanden, was daraus erkennbar wird, dass der Autor das Unternehmen als seinen Wunschverlag zur Publikation seiner Bücher deklariert. Bei Kehlmann ist eine solche Stringenz, was die Verlagswahl betrifft, nicht auszumachen. Anders als Süskind und Schlink publizierte er seine Texte nicht in einem Haus, sondern bei drei verschiedenen Unternehmen (nämlich *Deuticke*, *Suhrkamp* und *Rowohlt*). Dies mag auch damit im Zusammenhang stehen, dass anfänglich kaum ein Verlag an Kehlmanns Texten Interesse zeigte, denn der Autor hatte Probleme, ein Unternehmen zu finden, das gewillt war, seinen Roman *Beerholms Vorstellung* zu publizieren. Dass Süskind und Schlink weniger Schwierigkeiten hatten, ihre Bücher zu platzieren, mag auch daran liegen, dass sie sich bereits in anderen Bereichen einen Namen gemacht hatten: Süskind arbeitete als Drehbuchautor, Schlink als Rechtswissenschaftler. Zwar wurde Schlinks Erstlingswerk *Selbs Betrug* auch bei *Rowohlt* abgelehnt, allerdings fand er dann schnell seinen Platz bei *Diogenes*. Kehlmann war zum Zeitpunkt der Fertigstellung von *Beerholms Vorstellung* erst 22 Jahre alt; bis auf sein Studium konnte er keine beruflichen Erfolge vorlegen.

## b) Das Timing

Wie erwähnt sind die drei Bücher jeweils im Abstand von zehn Jahren auf den Markt gekommen (*Das Parfum* 1985, *Der Vorleser* 1995, *Die Vermessung der Welt* 2005). Davon ausgehend, dass innovative, neuartige Texte auf dem deutschen Buchmarkt zuhauf erscheinen, muss die Frage gestellt werden, weshalb nur bestimmte Texte zu Bestsellern werden. In allen drei hier besprochenen Fällen waren bestimmte zeitliche Gegebenheiten mitverantwortlich für den Erfolg der Romane. Süskinds Text bildet aus heutiger Sicht eine Schlüsselrolle für die Zeit der Postmoderne. Schlink und Kehlmann nehmen außerliterarische Strömungen mit auf, also einerseits die anhaltende Debatte um die NS-Zeit und andererseits vorhersehbare Jahrestage Humboldt und Gauß betreffend. Beide letztgenannten Texte sind fiktive Geschichten, die thematisch in den Rahmen solcher Interessen passen, also eine bereits vorhandene Interessenlage in den Medien ausnutzen. Da zwischen dem Zeitpunkt des Verfassens eines Romans und der tatsächlichen Veröffentlichung einige Zeit vergeht, kann davon ausgegangen werden, dass sowohl die Autoren im Vorfeld bewusst jene Interessenlagen zum Schreibanlass wählen und auch die Verlage vorsätzlich an solchen Themen interessiert sind. Der Selektionsprozess ist daher nicht nur am Inhalt an sich, sondern stets in Bezug auf eine Außenwirkung in Verbindung mit einer Relation zu außerliterarischen Ereignissen ausgerichtet.

Anzumerken ist ferner, dass der passende Zeitpunkt allein nicht ausreicht, um einem Buch Erfolg zu bringen. Es handelt sich hierbei um einen nicht zu unterschätzenden Faktor, jedoch müssen noch andere Aspekte erfüllt sein, um ein Buch auf die Bestsellerlisten zu bringen. Allerdings ist das Timing relativ wenig von außen zu beeinflussen, in der Hinsicht, dass spezifische Jahrestage kalendarisch fixiert sind oder gewisse Gegebenheiten etwa in einem speziellen Umfeld diskutiert werden. Dennoch muss das Unternehmen es schaffen, das entsprechende Buch auf diese Zeit- und Umfeldfaktoren abgestimmt zu publizieren. Andernfalls wird es von den Medien nicht (mehr) wahrgenommen, womit der wichtigste Distributor entfallen würde.

Gezeigt wurde auch, dass eine rasche Abfolge bestimmter Ereignisse von Vorteil ist, um ein Buch erfolgreich zu halten. Die dicht gedrängte Abfolge entsprechender Aktionen und Reaktionen zeigen die nachstehenden Auflistungen. In chronologischer Ordnung werden die prägnantesten Ereignisse rund um die Autoren und Texte aufgeführt:

| Datum                     | Ereignis   |
|---------------------------|--|
| 16.10.1984-<br>15.12.1984 | Erscheinen des 52teilige Vorabdruck des Romans <i>Das Parfum</i> in der <i>Frankfurter Allgemeinen Zeitung</i> |
| Weihnachten<br>1984       | Versand mehrere tausend Leseexemplare an Buchhändler und Kritiker im deutschsprachigen Raum                    |
| 26.02.1985                | <i>Das Parfum</i> kommt in den Handel  |
| 02.03.1985                | Marcel Reich-Ranickis richtungsweisende Rezension in der <i>Frankfurter Allgemeinen Zeitung</i>                |
| 1986                      | französischen Preis für das beste Debüt  |
| 1987                      | Tukan-Preis (nicht angenommen)   |
| 1987                      | FAZ-Literaturpreis (nicht angenommen)  |
| 1988                      | Sonderausgabe des Romans: 1738 Exemplaren für DM 150,-   |
| 11.1993                   | <i>Das Parfum</i> erscheint als Taschenbuch  |
| 1995                      | Hörbuchversion des <i>Parfums</i>  |
| Bis zum Jahr<br>2003      | 12,5 Millionen verkaufte Exemplare (international)   |
| 2006                      | Zweite Hörbuchversion des <i>Parfums</i>   |
| 2006                      | Verfilmung des Romans  |
| 07.09.2006                | Weltpremiere der Verfilmung von <i>Das Parfum</i> in München   |

Abbildung 17: Timeline von Patrick Süskinds Roman *Das Parfum*.

| Datum      | Ereignis  |
|------------|---|
| 08.1995    | Veröffentlichung des Romans <i>Der Vorleser</i> von Bernhard Schlink  |
| 03.09.1995 | Rezension im <i>Tagesspiegel</i>  |
| 09.09.1995 | Rezension in der <i>Frankfurter Allgemeinen Zeitung</i>   |
| 30.09.1995 | Rezension im <i>Focus</i>   |
| 28.10.1995 | Rezension in der <i>Neuen Zürcher Zeitung</i>   |
| 1995       | Auszeichnung „Stern des Jahres“ der <i>Münchner Abendzeitung</i>  |
| 1997       | Grinzane-Cavour-Preis (Italien) für <i>Der Vorleser</i>   |
| 1997       | Prix Laure Bataillon (Frankreich) für <i>Der Vorleser</i> . (Auszeichnung für den Autor sowie für den Übersetzer Bernard Lortholary)                      |
| 1998       | Hans-Fallada-Preis für <i>Der Vorleser</i>  |
| 09.11.1999 | WELT-Literaturpreis für Schlinks literarisches Werk   |
| 17.02.2000 | Ehrengabe der Heinrich-Heine-Gesellschaft   |
| 26.02.2000 | <i>Der Vorleser</i> erscheint in China  |
| 06.2000    | Evangelischer Buchpreis für <i>Der Vorleser</i>   |
| 2000       | Sonderkulturpreis für <i>Der Vorleser</i> der japanischen Tageszeitung Mainichi Shimbun, der jedes Jahr an einen japanischen Buchbestseller vergeben wird |
| 10.2003    | Bundesverdienstkreuz (I. Klasse) an Bernhard Schlink  |
| 26.02.2009 | Die Verfilmung des <i>Vorlesers</i> kommt in die deutschen Kinos  |
| 2009       | Poetikdozentur in Heidelberg  |

Abbildung 18: Timeline von Bernhard Schlinks Roman *Der Vorleser*.

| Datum       | Ereignis  |
|-------------|---|
| 01.05.2005  | Candide Preis an Daniel Kehlmann; der Laudator Mangold kennt bereits die Fahnen der <i>Vermessung der Welt</i>          |
| 23. 09.2005 | Veröffentlichung von <i>Die Vermessung der Welt</i> in Deutschland; bereits sieben Lizenzen wurden ins Ausland vergeben |
| 26.09.2005  | Rezension im <i>Spiegel</i>   |
| 28.09.2005  | Rezension in <i>Frankfurter Rundschau</i>   |
| 30.09.2005  | Rezension in <i>Financial Times Deutschland</i>   |
| 01.10.2005  | Kehlmanns Aufsatzband <i>Wo ist Carlos Montúfar?</i> erscheint im Rowohlt Verlag  |
| 04.10.2005  | Elke Heidenreich bewertete <i>Die Vermessung der Welt</i> in ihrer Sendung  |

|                |   |
|----------------|---|
|                | <i>Lesen!; Rezension in Die Welt</i>  |
| 13.10.2005     | Rezension in <i>Die Zeit</i>  |
| 18.10.2005     | Rezension in <i>Neue Zürcher Zeitung</i>  |
| 02.11.2005     | Platz 2 auf der <i>Spiegel</i> -Bestsellerliste; Roman steht auf Bestenliste des SWR  |
| 05.12.2005     | Interview mit Daniel Kehlmann im <i>Spiegel</i>   |
| Bis Ende 2005  | Promotiontour des Autors mit mehr als 40 Veranstaltungen in ganz Deutschland  |
| 16.01.2006     | Platz 1 auf der <i>Spiegel</i> -Bestsellerliste für <i>Die Vermessung der Welt</i>  |
| 03.2006        | 500.000 verkaufte Exemplare   |
| 18.06.2006     | Verleihung des Literaturpreises der Konrad-Adenauer-Stiftung e.V. an Daniel Kehlmann  |
| 02.09.2006     | Heimito von Doderer-Literaturpreis an Daniel Kehlmann   |
| 08./09.11.2006 | Poetikvorlesung Kehlmanns an der Universität Göttingen  |
| 19. 11. 2006   | Kleist-Preis an Daniel Kehlmann   |
| 06.2007        | eine Million verkaufte Exemplare  |
| 09.11.2007     | WELT-Literaturpreis an Daniel Kehlmann  |
| Bis 2008       | 1,1 Millionen Hardcover-Exemplaren wurden verkauft und Übersetzungen in knapp 50 Sprachen vergeben  |
| 02.2008        | Taschenbuchausgabe von <i>Die Vermessung der Welt</i> erscheint   |
| 26.09.2008     | Per-Olov-Enquist-Preis an Daniel Kehlmann; Uraufführung einer Dramatisierung von <i>Die Vermessung der Welt</i> im Staatstheater Braunschweig |
| 18.10.2008     | Thomas Mann Preis an Daniel Kehlmann  |

Abbildung 19: Timeline von Daniel Kehlmanns Roman *Die Vermessung der Welt*.

Neben Rezensionen in großen Zeitungen sind später Preisverleihungen und Verfilmungen entscheidend für die Verbreitung eines Buches und dessen Erfolg. Die Medien nehmen dabei eine entscheidende Rolle ein.

### c) Die Medien

Dies führt uns zu den Medien zurück. Diese waren bei der Distribution und Steigerung des Bekanntheitsgrads von Buch und Autor in allen drei Fallbeispielen wesentlich. Auffällig – wenngleich nicht verwunderlich – war dabei, dass das Internet nur beim jüngsten der drei Bücher einen Verbreitungseffekt inne hatte. Dies ist selbstverständlich der Entwicklung und Zugänglichkeit dieses Mediums geschuldet. Dennoch bleibt festzuhalten, dass die Relevanz von Rezensionen und Kritiken für die Verbreitung nicht abgenommen hat; es sind lediglich weitere Verbreitungsmechanismen hinzugekommen, die jedoch die alten nicht ablösen, sondern die Kanäle zur Bekanntheitssteigerung von Buch und Autor allenfalls erweitern.

Für alle drei Bücher gab es zahlreiche Rezensionen. Auch die Meinungsverschiebung von einer anfänglich euphorischen Annahme bis zur (wohl den Erfolgen geschuldeten) Abwertung ist bei den drei Bestsellern gleichermaßen auszumachen.

Von einer generellen Abwendung vom Text in den Rezensionen kann nicht gesprochen werden. Allerdings werden verstärkt die Inhalte nacherzählt und immer dieselben Episoden aus den Romanen herausgegriffen. Eine inhaltliche Gemeinsamkeit der

publizierten Kritiken ist, dass diese sich bei den drei Büchern immer wieder an den historischen Ungenauigkeiten stößt.

Besonders interessant sind die Rezensionen zu Süskinds Roman *Das Parfum*, da die Verfasser mit unterschiedlichen Mitteln versuchen, sich dem Stil dieses Buches anzunähern, also beispielsweise vermehrt Adjektive verwenden und lange, verschachtelte Sätze konstruieren. Auch werden in diesen Artikeln kaum Details über das Leben Süskinds ausgebreitet. Bei den Besprechungen zu Schlinks Text lässt sich eine deutlich stärkere Fokussierung auf den Autor und seine privaten Hintergründe ausmachen. Auch in den Kritiken zu Kehlmanns *Die Vermessung der Welt* sind Anmerkungen vor allem zu seiner Jugendlichkeit und seinem Elternhaus zu finden. Da nur die beiden letztgenannten Autoren Interviews geben, werden dadurch weitere Charakteristiken verbreitet. Geschuldet ist dies auch den Beschreibungen des Schriftstellers durch den Interviewer etwa vor oder während des Gesprächs. Dabei werden vermehrt subjektive Eindrücke des Journalisten aufgenommen, die eventuell von der Realität abweichen können. Dennoch bilden diese Aussagen oft einen entscheidenden Baustein zur Generierung des Images des Schriftstellers, die sich beim dann Leser verfestigt. Das bedeutet auch, dass nicht nur Verlag und Autor für die Schaffung eines Schriftsteller- und Persönlichkeitsbildes verantwortlich sind, sondern dass eben die Medien dieses Bild perpetuieren und verfestigen. Des Öfteren kommen hierbei noch bildliche Materialien hinzu: Die Fotografien in Zeitungen und Magazinen sowie die Kameraeinstellungen bei Videoaufnahmen unterfüttern dieses Image.

Auch konnte gezeigt werden, dass die Wichtigkeit des Autors in den Artikeln mit fortschreitender Zeit zunimmt. Das mag darauf zurückzuführen sein, dass in den Zeitungen meist schon eine Rezension erschienen ist, folglich bleibt – solange der Schriftsteller kein neues Buch verfasst, kein Hörbuch oder Film produziert wird – lediglich ein Rückgriff auf das Leben des Verfassers oder ein Interview mit ihm. Im letzteren Fall werden dann neben privaten und persönlichen Themen auch meist Fragen zum Umgang mit dem Erfolg gestellt sowie die Meinung zu thematisch entfernten Gebieten verlangt. Dadurch kann sich der Leser ein allgemeineres Bild vom Autor schaffen, das dann je nach Sympathie oder Antipathie auch auf die subjektiv empfundene Qualität des Romans übertragen werden kann.

#### d) Die Preise

Zwar erhielten alle drei Romane mancherlei Preise, doch tun sich dabei erhebliche Unterschiede auf. Diese erstrecken sich einerseits auf den Preis selbst und die

dazugehörige verleihende Institution sowie auf die Art und Weise der Preisverleihung an sich.

Sowohl Kehlmann als auch Schlink wurden für ihre Romane mit dem WELT-Literaturpreis ausgezeichnet. Ansonsten weichen die Preise von einander ab: Während Schlink verstärkt von Zeitungen oder religiösen sowie politischen Einrichtungen geehrt wird, erhält Kehlmann eher Preise, die auf einen bestimmten Schriftsteller zurückgehen. Hier spiegelt sich abermals die persönliche Imagebildung durch ihre Tätigkeitsfelder (Schlink als Verfassungsrichter und Sohn eines Geistlichen; Kehlmann hingegen stark der Literatur verschrieben) wider.

Süskind nimmt auch hier wiederum eine Sonderrolle ein. Seine (wenige angenommenen) Preise bekräftigen den internationalen Ruhm, da sie überwiegend aus dem Ausland stammen. Weil er zahlreiche Ehrungen ablehnt, sind dementsprechend weniger Preise an ihn verliehen worden. Schließlich wollen die vergebenden Institutionen ja auch ihr eigenes Renommee steigern und öffentlichkeitswirksam sein. Auch entfallen damit die Laudationes und seine eigenen Preisreden. Anders ist dies bei Kehlmann und Schlink. Die Festreden wurden dann auch wieder in den Medien abgedruckt, sei es in Zeitungen oder in entsprechenden Sammelbänden der Schriftsteller.

#### e) Die Autoren

Ebenfalls differieren die (Selbst-)Darstellungen der Autorpersönlichkeiten: Süskind „versteckt“ sich vor den Medien und der Öffentlichkeit; Schlink beruft sich auf ein Schriftstellertum als Gegenpol zur Wissenschaft, der Schaffung von Literatur, die „einfach so“ passiert; Kehlmann hingegen präsentiert sich oft und gerne in den Medien und legt viel Wert auf seine literaturwissenschaftliche Ausbildung.

Zwar scheint sich das Verhalten der Schriftsteller stark voneinander abzuheben, dennoch – so wurde gezeigt – ist jeder von ihnen auf seine eigene Art und Weise in den Medien (und den Köpfen der Menschen) präsent. Durch ihre unterschiedlichen Verhaltensweisen erreichten sie somit (ob beabsichtigt oder nicht) dasselbe Ziel: Ihr Bekanntheitsgrad wurde verstärkt durch eben diese speziellen Charakteristiken, die sie durch die Medien verbreiteten. So ist Süskind eben durch seine Abwesenheit präsent; Schlink positioniert sich vor allem als ein Zwitterwesen zwischen Rechtswissenschaft und Literatur; und Kehlmann vermarktet sich als junger Gelehrter.

Interessanterweise fokussieren sich die Medien bei den familiären Hintergründen sehr stark auf die Väter der Schriftsteller. Neben deren Beruf wird auch gerne von einem

Einfluss auf die Söhne gesprochen, der im Fall von Süskind eher negative Auswirkungen hatte, weshalb auch eine Form des Freischreibens von seinem Vater in seinem Werk ausgemacht wird. Bei Schlink ist es stärker der Einfluss des Glaubens, der vom Vater vorgelebt wurde. Dieser bildet – so zeigt es die Ausarbeitung der Kritiken und wissenschaftlichen Arbeiten – zusammen mit dem Beruf des Rechtswissenschaftlers die Kombination, die es Schlink erlaubt, über die Opfer und Täter des Dritten Reichs zu urteilen. Kehlmanns Vater spielt (noch) eine weniger wichtige Rolle bei der Analyse seiner Texte. Allerdings sind das Familienverhältnis insgesamt und die Hervorhebung des Künstlerhaushaltes, in welchem der Autor aufwuchs, von zunehmender Bedeutung. Es kann davon ausgegangen werden, dass spätere Interpretationen sich verstärkt auf diesen Aspekt fokussieren werden.

Die Analyse hat allerdings auch gezeigt, dass jeder der drei Schriftsteller ein bestimmtes Bild von sich in den Medien formt. Dieses Image wird dann aufgegriffen und den Lesern als Bild des privaten Autors präsentiert. Einzig von Kehlmann war eine persönliche Aussage gegen diese Image-Bildung zu finden (von Süskind liegen keine Äußerungen dazu vor). Daniel Kehlmann mokierte sich darüber, dass er als höflicher junger Mensch dargestellt wird. Zwar greifen tatsächlich einige Journalisten dieses Bild auf und stilisieren den Schriftsteller geradezu als jenen jungen Gebildeten, wie in Abschnitt 2.3.1.3. gezeigt wurde. Dennoch trägt Kehlmann selbst wesentlich zu diesem Image bei, was sich auch anhand von Fernsehbildern und Filmen im Internet zeigen lässt. Sein Auftreten wirkt schüchtern und höflich, seine Aussagen und sein Habitus wirken gebildet. Der spätere Rückzug aus den Medien mag daher nicht nur – wie der Autor selbst angibt – dem Rat seiner Freunde geschuldet sein, auch als eine persönliche Konsequenz auf die Art und Weise der Berichterstattung kann diese Reaktion gewertet werden.

Wie bereits im Abschnitt Medien beschrieben, wird das Image der Autoren auch von Presse, Fernsehen und Internet bestimmt. Vor allem das visuelle Bild trägt dabei zur Imagegestaltung bei. Süskinds Abwesenheit und die wenigen, veralteten Bilder formieren dabei ebenso ein Image wie Bernhard Schlink in seiner Denkerpose. Besonders auffällig ist die visuelle Darstellung bei Daniel Kehlmann. Dies manifestiert sich einerseits in seiner Kleidung (er trägt meist dunkle Kleidung; überwiegend mit Sakko), andererseits in der Art des Auftretens selbst. Auch durch die Häufigkeit seiner Auftritte und die Kongruenz mit anderen Präsentationen verfestigt sich ein gewisses Bild. Damit stehen alle drei Autoren – mit unterschiedlichen Mitteln – vor demselben Ergebnis. Die mediale Präsenz, die Form und Häufigkeit ihrer Auftritte formieren ihr



Image. Gezeigt werden konnte in der Analyse zudem, dass auch die mediale Abwesenheit eines Autors (wie im Falle Süskind) ein bestimmtes Bild des Schriftstellers produziert. Mitverantwortlich sind hierbei – neben Autor und Verlag – wiederum die Medien. Dabei werden die wenigen bekannten Details zu grundlegenden Elementen der Persönlichkeitsstruktur des Bücherschreibers stilisiert, was erneut den Leser glauben lässt, ernsthafte und reale Erkenntnisse über bestimmte Charakteristiken des Autors zu erfahren. Somit entstehen Wechselwirkungen, die dem Schriftsteller immer neue Details abfordern, damit das Lesepublikum seinen Blick für den Autor schärfen kann, was jedoch meistens mit einer Filtrierung durch die Medien verbunden ist.

Neben dem medial verbreiteten Image des Autors existiert für den Leser noch ein weiterer Weg, die Eigenheiten des Schriftstellers wahrzunehmen: der Besuch einer Lesung oder eines sonstigen Auftritts des Verfassers. Allerdings müssen auch diese Wahrnehmungen mit Vorsicht beurteilt werden, schließlich werden die meisten Zuschauer bereits aus anderen Medien Informationen über den Autor und sein Werk rezipiert haben, sodass auch hier nicht von einer vorurteilsfreien Bewertung gesprochen werden kann. Der Autor wird folglich stark durch sein Image geprägt, da er durch selbiges wahrgenommen wird. Zwar kann er im Allgemeinen selbst für dieses Bild verantwortlich gemacht werden, jedoch werden immer wieder auftretende Details oder anderweitige Besonderheiten von den Medien zu prägenden Charakteristiken umfunktioniert. Dabei ist ebenso fraglich, ob Süskinds Wunsch, von den Medien in Ruhe gelassen zu werden, um kein falsches Bild seiner selbst in den Zeitungen oder im Fernsehen abzugeben, tatsächlich durch seine Abwesenheit erfüllt wurde. Vielmehr ist im Gegenteil das Bild eines größtenteils erfundenen Menschen geschaffen worden, das aller Wahrscheinlichkeit nach mit der realen Person Süskind nichts (oder allenfalls sehr wenig) zu tun hat. Interessant ist im Falle Süskinds des Weiteren, dass sich die Betrachtungen mittlerweile völlig auf den Autor als Person konzentrieren, das Werk und das literarische Schaffen sind dabei unwichtig. Anzunehmen ist auch, dass diese Loslösung von Autor und Text größtenteils dem Erfolg des Romans *Das Parfum* geschuldet ist, denn dadurch steigerte sich der Bekanntheitsgrad des Verfassers erheblich.

Es zeigte sich, dass für alle drei Autoren eine Form der Markenbildung einsetzte. Hierbei wurden spezifische Charakteristiken der Personen aufgewertet, indem sie zu wesentlichen Besonderheiten modelliert wurden. Nach den kennzeichnenden Elementen einer Marke wird zu deren Aufbau Folgendes benötigt: Die Marke muss erstens „den

produktbezogenen Idealanforderungen der Zielgruppe entsprechen“, also das Kriterium der Markendominanz erfüllen.<sup>892</sup> Zweitens muss die „Differenzierung gegenüber den Konkurrenzprodukten sichergestellt werden“.<sup>893</sup> Das heißt, das Produkt muss sich von anderen unterscheiden. Letztendlich wird die Marke des Autors gemeinsam mit seinem Produkt, dem Buch, auf dem Markt eingeführt. Setzt dann allerdings ein gewisses Maß an Erfolg ein, so lösen sich die beiden Komponenten voneinander. Dann steht der Autor für ein bestimmtes Image, das er auch ohne seinen Roman verkörpert. Andersherum kann vermutet werden, dass dieses Autorenbild die Art der Lektüre beeinflusst, was sich auch in den immer wieder auftretenden autobiografischen Zügen in den Analysen und Interpretationen zeigt. Ein Textverständnis ohne den Schriftsteller und sein spezifisches Image scheint schwierig zu generieren zu sein. Auch wenn in wirtschaftlicher Hinsicht eine erhöhte Austauschbarkeit von Marken beobachtet werden kann<sup>894</sup> – sei es weil sich die Produkte immer ähnlicher werden oder weil die signifikante Spezifität, die unique selling proposition sozusagen, nicht deutlich genug akzentuiert wird – so bilden doch die drei Autoren dieser Arbeit eine Ausnahme: Alle drei tun sich durch besondere Charakteristiken hervor.

Dahinter steckt in den allermeisten Fällen ein großer Verlag, der genügend finanzielle Mittel hat, um für eine Verbreitung und Bekanntmachung des Textes zu sorgen. Auch der Autor sollte nicht gänzlich unbekannt sein, dabei muss er allerdings nicht in der Literaturszene einen Namen haben, sondern allgemein in der Öffentlichkeit und den Medien bekannt sein. Beispielsweise verkaufen sich Biografien von Sportlern oder Erfahrungsberichte Prominenter (Hape Kerkeling: *Ich bin dann mal weg*) besonders gut eben weil sie bereits bekannt sind. Dass das Phänomen der Medienscheu auch als Marketingstrategie funktioniert, zeigt sich an Süskinds Verhalten. Wenngleich diese Fälle selten sind, demonstrieren sie doch, dass eine Präsenz auch durch Abwesenheit erzeugt werden kann. Kehlmann steht exemplarisch für eine Dauerpräsenz, er wird sogar auf Tagungen der Wirtschaft eingeladen, die thematisch nichts mit seinen Texten zu tun hat. Schlink hingegen ist durch seine Stellung als Professor und Jurist bereits in bestimmten Kreisen bekannt und scheint gerade wegen dieser Position von der Leserschaft legitimiert zu sein, über das heikle Thema der Vergangenheitsschuld schreiben zu dürfen.

---

<sup>892</sup> Meffert: *Marketing*, S. 851 (Hervorhebung im Original).

<sup>893</sup> Meffert: *Marketing*, S. 851 (Hervorhebung im Original).

<sup>894</sup> Meffert: *Marketing*, S. 851 (Hervorhebung im Original).

#### f) Die Texte

Gemeinsam ist allen drei Büchern fernerhin, dass sie der Gattung des Romans angehören. Damit verfestigt sich – auch mit dem Blick auf die wöchentlichen Bestsellerlisten – die These, dass es so gut wie immer Romane sind, die den Bestsellerstatus erreichen. Auch der Umfang der Bücher ist ähnlich: *Der Vorleser* ist mit etwa 200 Seiten das dünnste, die beiden anderen Romane umfassen etwa 300 Seiten. Sie fallen damit allesamt in ein mittleres Lektürepenum. Die geringe Seitenanzahl von etwa 20 Seiten je Kapitel ist ebenfalls in allen drei Romanen zu finden. Einzig Kehlmann wählt Kapitelüberschriften, die beiden anderen Schriftsteller nummerieren diese lediglich. Außerdem untergliedern letztere ihre Bücher dann wiederum in Teile (bei Süskind in vier, bei Schlink in drei). Diese Attribute verstärken eine leichtere Lesbarkeit, denn die relativ kurzen Unterteilungen ermöglichen es, innerhalb weniger Minuten ein gewisses Lektürepenum zu meistern. Da die Kapitel außerdem meist in sich abgeschlossene Gegebenheiten (bei Kehlmann etwa gewisse Stationen aus den Leben von Gauß und Humboldt; bei Süskind bestimmte Episoden auf dem Lebensweg Grenouilles) beinhalten, fällt es dem Leser leicht, nach einer Pause wieder in den Text einzusteigen.

Die analysierten Bücher unterscheiden sich dennoch in mehrfacher Hinsicht voneinander: So handeln sie erstens von verschiedenen Themen (Genie und Wahnsinn, Vergangenheitsschuld und polemisierten Wissenschaftskarrieren), ein verbindendes Element ist dabei auf inhaltlicher Basis, dass die Ereignisse in der Vergangenheit stattgefunden haben. Felicitas von Lovenberg vergleicht die drei Romane folgendermaßen: „War es [bei Süskind und Schlink, S. B.] die stets beliebte Mischung zwischen historischem Roman und Kriminalgeschichte, eingebettet in ein Stück Sitten- und Kulturgeschichte, die, freilich auf andere Weise, auch Daniel Kehlmanns „Die Vermessung der Welt“ seit bald einem Jahr beflügelt?“<sup>895</sup>

Die stärkste Gemeinsamkeit der Texte liegt sicher darin, dass ihr Inhalt stärker gewichtet wird als Form und Stil. Die Handlungen und ihre wenigen Hauptfiguren bleiben überschaubar. Im *Parfum* begegnet Grenouille zwar diversen Individuen, doch nehmen sie nur kurzzeitig am Geschehen teil, um anschließend meist zu versterben. Im *Vorleser* fokussieren sich die Ereignisse ganz auf Michael Berg und Hanna Schmitz, die Nebenfiguren haben nur sehr marginale Einwirkungen auf die Erzählung. Und schließlich handelt *Die Vermessung der Welt* von Gauß und Humboldt, denen jeweils

---

<sup>895</sup> Von Lovenberg: *Bitte keinen Vorschuß!*

ein Gehilfe zur Seite gestellt wird (Gauß' Sohn respektive Bonpland). Ebenfalls verbindet die drei Texte eine aus der Rückschau erzählte Chronologie, die die Ereignisse mit Fokussierung auf den jeweiligen Protagonisten schnell nachvollziehbar machen. Bezeichnend ist auch, dass es jeweils männliche Protagonisten sind, die Frauen haben stets eine den Männern untergeordnete Rolle, eine Art Opferposition inne. Grenouille ermordet die Frauen, um ihre Düfte gewinnen zu können, oder nutzt sie (ähnlich den männlichen Figuren) aus, um sein Wissen zu erweitern und seine Macht zu vergrößern. Hanna Schmitz erscheint zwar dominanter, jedoch kann dies als Tarnung für ihr Defizit gelesen werden. Hinzu kommen die von starker Abhängigkeit zu Michael geprägte Beziehung und letztendlich auch ihr Mündigwerden durch ihn. Ähnlich sind auch die Frauen bei Kehlmann gestaltet: Gauß' Partnerinnen sind stets als unterlegene, im Hintergrund wirkende Figuren dargestellt, ebenso ist die Mutter (schon als alt und krank gezeichnet) in gewisser Weise von ihrem Sohn abhängig.

In den beiden Romanen von Süskind und Schlink ist die Handlung auf eine Enthüllung hin angelegt, das heißt, beide Bücher haben einen Spannungsbogen, der den Leser animiert, das Buch zu Ende zu lesen. Einerseits geht es darum, Hannas Geheimnis aufzudecken, andererseits will der Leser erfahren, ob es Grenouille gelingt, seinen Plan in die Tat umzusetzen. Bis zum Schluss der Bücher müssen die Leser durchhalten, um die Lösung zu erfahren. Anders ist es bei Kehlmanns *Vermessung der Welt*. Ein Spannungsbogen, der den Leser zur Lektüre anregt, ist hier nicht auszumachen. Vielmehr erscheint der Text als eine Aneinanderreihung lustiger Anekdoten. Dabei kann das Publikum eher einer Form des Voyeurismus unterliegen, indem es in die scheinbar intimen Eigenschaften und Ansichten der prominenten Protagonisten eintaucht.

Stilistisch sind des Weiteren einige Unterschiede festzuhalten: Während Süskind lange Sätze mit vielen Aufzählungen verwendet, sind Schlinks Formulierungen eher knapp und ohne überflüssige Details. Kehlmann fokussiert hingegen auf eine Humoreske und benutzt überwiegend die indirekte Rede.

Insgesamt lässt sich resümieren, dass die drei Romane bei aller Unterschiedlichkeit, sich in vielen Bereichen überschneiden. Die herausgearbeiteten Elemente sind keinesfalls bei allen Bestsellern anzutreffen, jedoch zeigt sich, dass solche Elemente den Erfolg befördern können. Daneben ist auszumachen, dass es sich bei allen drei Texten nicht um das Debüt des Verfassers handelte. Auch folgten spätere Bücher auf den Erfolg. Diese wurden wiederum vom Verlag in größerer Auflage verlegt.

Skandalöse Themen können einem Buch ebenfalls zum Status Bestseller verhelfen (genannt sei hier Charlotte Roches „teilweise autobiografischer“ Roman *Feuchtgebiete*), ebenso Literaturpreise (Nobelpreis an Elfriede Jelinek). Das Entscheidende ist, dass die Medien das Thema aufgreifen, denn nur dann findet die nötige Dispersion in unterschiedlichen Leser- und Zielgruppen statt. Selbstverständlich gibt es auch diesbezüglich Ausnahmen, zum Beispiel die Verbreitung über Mundpropaganda, oder Fälle in denen trotz guter Vermarktung und vieler Rezensionen keine höheren Verkaufszahlen erzielt werden.

#### g) Die Wissenschaft

Die Wissenschaft reagierte auf alle drei Werke in unterschiedlichem Ausmaß. Während zum *Parfum* und zum *Vorleser* eine relativ große Menge an Sekundärliteratur zu finden ist, fällt diese für *Die Vermessung der Welt* geringer aus. Dies mag selbstverständlich darin begründet sein, dass letzteres erst vor wenigen Jahren erschienen ist und von der Wissenschaft noch nicht vollständig wahrgenommen wurde. Dennoch ist bei allen drei Romanen zu beobachten, dass es Wissenschaftler gibt, die sich von den Büchern distanzieren, gerade weil sie Bestseller sind. Der Erfolg der Texte wird in wissenschaftlichen Kreisen gerne mit einer niedrigeren Literarizität verbunden, was freilich nicht notwendigerweise zutrifft. Kaum ein (Literatur-)Wissenschaftler würde heutzutage etwa Günter Grass' *Blechtrommel*, Heinrich Bölls *Gruppenbild mit Dame* oder Christa Wolfs *Kassandra* einen gewissen literarischen Status absprechen, obwohl diese Texte allesamt Bestseller waren. Womöglich werden also die Romane von Süskind, Schlink und Kehlmann in einigen Jahren wissenschaftlich ganz anders aufbereitet und wahrgenommen als gegenwärtig.

Entscheidend für die Erfolge war auch, dass die Bücher nicht nur von Literaturwissenschaftlern interpretiert und analysiert wurden, sondern auch Forscher anderer Spezialgebiete sich an eine Untersuchung der Romane machten. Allen voran waren es häufig Historiker, die dann auch sogleich mangelnde geschichtliche Exaktheit proklamierten. Auch die Aufarbeitung in anderen Gebieten – etwa den Sozialwissenschaften oder Naturwissenschaften – eröffnete ein weiteres Lesepublikum. Anzumerken ist außerdem, dass zahlreiche Wissenschaftler anderer Disziplinen als der Literaturwissenschaft zwar auf die faktischen Fehler oder Ungereimtheiten aufmerksam machten, sich jedoch nur wenige daran anstießen. Vielmehr ist ihnen offensichtlich bewusst, dass es sich dabei um fiktive Texte handelt, deren faktuale Korrektheit kein Bewertungsmaßstab sein kann.

Interessant ist ferner, dass die in allen drei Romanen von manchen Interpreten positiv hervorgehobenen Kriterien von anderen ins Negative verkehrt wurden, was das Argument untermauert, dass die Meinungsbildung und die darauf aufbauende Bewertung der Texte überwiegend aufgrund persönlicher Geschmacksempfindungen und subjektiver Meinungen abläuft. Manche Kritiker werfen den Texten mangelnde Tiefe vor – freilich kommt dieses Argument oft erst auf, nachdem die Bücher einen gewissen Status an Bekanntheit und verkauften Exemplaren erreicht haben. Der Bestsellerstatus kann also durchaus eine veränderte Wahrnehmung und Rezeption hervorrufen – sowohl in positiver als auch in negativer Hinsicht.

#### h) Die Weiterverwertung

Neben den Romanen selbst wurden weitere Rechte der Bücher verkauft, so existieren Hörbuchfassungen<sup>896</sup> und Hörspiele<sup>897</sup>, zwei der Romane wurden verfilmt (*Das Parfum* und *Der Vorleser*)<sup>898</sup> und es existieren Bühnenfassungen (*Der Vorleser*, *Die Vermessung der Welt*).<sup>899</sup> Durch diese Lizenzvergaben wurde einerseits Geld in die Kassen der Verlage (und Autoren) gespült, andererseits vergrößerte sich damit der Bekanntheitsgrad der Bücher und ihre Verkaufszahlen stiegen.

Ferner ist anzumerken, dass *Das Parfum* zu einer besonderen Form der Weiterverwertung anregte: So existiert der nachahmende Roman *Schlafes Bruder* und eine Parodie des Textes (Patricius Sauerbier: *Das Soufflé. Geschichte eines Gourmands. Die Parodie von Dieter Heckenschütz*. München 1986). Hinzu kommen außerdem noch weitere Sonderformen, wie etwa die oben erwähnte Parfumkollektion zu Süskinds Buch.

Zu den Verfilmungen ist Folgendes anzumerken: Obwohl beide Filme stark von der amerikanischen Filmindustrie beeinflusst sind, gibt es dennoch einige Unterschiede. Natürlich waren die Drehorte unterschiedlich: Während *Der Vorleser* nur in Deutschland und den USA gefilmt wurde, fanden einige Aufnahmen zum *Parfum*

<sup>896</sup> *Das Parfum* (Audio CD) von Patrick Süskind (Autor), Hans Korte (Sprecher), Diogenes; Auflage: 1. (Oktober 2008); *Das Parfum*. 8 CDs: *Die Geschichte eines Mörders* [Audiobook] (Audio CD) von Patrick Süskind (Autor), Hans Korte (Sprecher), Diogenes; Auflage: Ungekürzte Lesung. (September 2006); *Der Vorleser*. 4 CDs [Audiobook] (Audio CD) von Bernhard Schlink (Autor), Hans Korte (Sprecher), Diogenes, Auflage: 3. (Oktober 2005); *Der Vorleser*. 5 Audio-CDs, von Bernhard Schlink (Autor), Gert Westphal (Sprecher), Litraton 1998.

<sup>897</sup> *Die Vermessung der Welt*. 5 CDs [Audiobook] (Audio CD) von Daniel Kehlmann (Autor), Ulrich Matthes (Sprecher) Universal Music; Auflage: 1., Aufl. (13. September 2005).

<sup>898</sup> *Das Parfum* 2006 von Tom Tykwer, *Der Vorleser* 2008 von Stephen Daldry.

<sup>899</sup> *Die Vermessung der Welt* wurde am 26.09.2009 im Deutschen Theater in Göttingen uraufgeführt: vgl: o. V.: *Die Vermessung der Welt*, in: Homepage des *Deutschen Theaters Göttingen*, URL: <http://www.dt-goettingen.de/flycms/de/screen/7/-bzMkP3zBfRscj0,DzFqAQy,Ppc7gZa6G,yU5Dna9FQ09,HuMbH+UfXW5dV0ZE75xvkgpdBXlkQiGeQbJIPFI7FKNZd2C6Lq4JzK2I=/Stuecke.html> (letzter Zugriff 17.09.2012).

außerdem noch in Spanien und Frankreich statt. Auch die Regisseure (Tom Tykwer für *Das Parfum*; Stephen Daldry für den *Vorleser*) bringen verschiedene nationale Hintergründe mit. Gleiches ist für die Produzenten zu verzeichnen (Bernd Eichinger *Das Parfum*; *Der Vorleser* wurde von einem Produzententeam verfilmt: Anthony Minghella, Sydney Pollack, Donna Gigliotti, Redmond Morris). Während Süskinds Text und die Verfilmung stärker einem europäischen Kontext verhaftet sind, nutzte Schlink seine Kontakte in den USA (seinem zweiten Lebenssitz) und auch den Erfolg seines Buches im angelsächsischen Raum für die Verfilmung. Auch in der Besetzung kann *Der Vorleser* mit der Hollywood-Schauspielerin Kate Winslet auftrumpfen, während die Besetzung für *Das Parfum* eher weniger bekannt ist. Demnach fielen auch die Auszeichnungen für beide Produktionen sehr unterschiedlich aus: Für *Das Parfum* wurden folgende Preise vergeben: 2006 den Bambi in der Kategorie Bester Film national sowie den Bogey in Platin, im Jahr 2007 kamen der Bayerische, der Deutsche und der Europäische Filmpreis sowie der Jupiter hinzu. *Der Vorleser* erhielt den Oscar, einen Golden Globe, den Screen Actors Guild Award, den BAFTA Award, einen Bambi sowie ebenfalls den Europäischen Filmpreis. *Das Parfum* gilt als eine der teuersten Filmproduktionen Europas. Zur geplanten Verfilmung von Kehlmanns Roman gilt es zu erwähnen, dass es sich dabei voraussichtlich um eine deutsche Produktion mit deutschen Schauspielern handeln wird. Der Regisseur Detlev Buck äußerte sich dazu in einem Zeitungsinterview:

"Wir arbeiten schon drei Jahre am Drehbuch", sagte Buck. Dafür sei auch ein größeres Budget erforderlich und danach richte sich der ganze Zeitplan für die Realisierung des Projekts. "Es ist ja ein wirklich deutsches, intellektuelles Thema und nicht für jedermann sofort nachvollziehbar. Auch Außenaufnahmen in Südamerika und anderswo sind ja nicht gerade einfach und billig", sagte der 47 Jahre alte Regisseur.<sup>900</sup>

Allerdings scheint auch hier die Verfilmung sicher zu sein, und gewiss werden mit der Premiere auch wieder die Verkaufszahlen für das Buch steigen.

In den Schulunterricht wurden die Bücher ebenfalls aufgenommen und alle drei auch zum Abiturthema in manchen Bundesländern gewählt. Diese Form der Verbreitung ist interessant, insofern durch die Verwendung im Schulunterricht eine gewisse Form der Kanonisierung einsetzt. Die Texte erhalten das Prädikat „literarisch wertvoll“, da sie im Curriculum ihren Platz finden. Auch erhöhen sich dadurch nicht nur die Verkaufszahlen der Primärtexte, sondern die Lektürehilfen und unterrichtsbezogenen Materialien

---

<sup>900</sup> APA: Detlev Buck will Kehlmanns "Vermessung der Welt" verfilmen, in: Homepage von *Der Standard*, URL: <http://derstandard.at/1259282208228/Detlev-Buck-will-Kehlmanns-Vermessung-der-Welt-verfilmen> (letzter Zugriff am 08.09.2011).

verkaufen sich ebenfalls vermehrt. Daneben tritt eine weitere Zirkulation durch das Internet ein: Schüler und Lehrer suchen im Internet nach Materialien und Informationen, sie greifen auch interaktiv in Diskussionen ein oder veröffentlichen ihre Arbeiten in bestimmten Foren.

Zur Schullektüre ist außerdem zu bemerken, dass alle drei Texte vor allem aus zwei Gründen – so ist es zumindest in den dazugehörigen Lektürehilfen nachzulesen – als geeignet für den Unterricht angesehen werden: Dies ist erstens die gute Lesbarkeit und Nachvollziehbarkeit der Geschichten und zweitens die Verknüpfung mit anderen Themen, was zu einem fächerübergreifenden Unterricht führen kann. Es kommt hier, ähnlich wie in den Rezensionen im Allgemeinen zu entnehmen, also auch auf einen Zusatznutzen an. Der Schüler rezipiert nicht nur eine Geschichte, er lernt zugleich noch etwas über das Frankreich des 18. Jahrhunderts und die Parfumherstellung, über den Analphabetismus und die Prozesse nach dem Zweiten Weltkrieg beziehungsweise über die Entdeckungen respektive Erfindungen von Humboldt und Gauß. Dabei geht es folglich nicht hauptsächlich um die Einarbeitung in die und Auseinandersetzung mit der Literatur an sich, sondern den Schülern soll der Nutzen der Literatur (und das ist hier nicht Unterhaltsamkeit, sondern Generierung von Wissen) nahegebracht werden. Dabei wird der Literatur ihre vermeintliche ästhetische Zweckfreiheit entzogen, ihre Funktion hier ist die Illustration und Vergegenwärtigung spezifischer Themen.

Daneben existieren zahlreiche Bücher, die als Materialsammlung oder Sammlung diverser Analysen und Interpretationen zu den einzelnen Bestsellern verkauft werden. Speziell zu Süskind existieren darüber hinaus auch noch Bücher, die sich beinahe ausnahmslos mit seiner Person beschäftigen. Diese Texte richten sich an ein überwiegend spezialisiertes Publikum, das sich intensiver mit dem Roman auseinandersetzen will, also etwa Schüler, Lehrer, Studenten, Wissenschaftler, Biografen etc. Im Allgemeinen kann auch davon ausgegangen werden, dass dieser erweiterte Leserkreis ein Exemplar des Romans besitzt, da nur dadurch die intensivere Beschäftigung möglich wird. Dieser Kreis wird durch jenen weiteren ergänzt, der lediglich schnell eine spezifische Information sucht (etwa inhaltliche Zusammenfassungen oder Angaben zur Verfilmung) und daher auf die Internetseiten zurückgreift, die eben jene Romane zum Thema haben.

Wie stark die Texte und ihre Interpretationen sowie sonstige Informationen (also etwa inhaltliche Zusammenfassungen, Hintergründe zu Autor und Verfilmung etc.) verbreitet sind, zeigt sich an einer Recherche im Internet:



| Eingabe                                    | Anzahl der Treffer bei Google | Anzahl der Treffer in der Bibliografie der deutschen Sprach- und Literaturwissenschaft(BDSL) | Anzahl der Treffer bei der Modern Language Association (MLA) |
|--|-------------------------------|--|--|
| Patrick Süskind<br>Das Parfum              | 413.000                       | 33   | 21   |
| Bernhard Schlink<br>Der Vorleser           | 234.000                       | 81   | 31   |
| Daniel Kehlmann<br>Die Vermessung der Welt | 113.000                       | 23   | 9  |

Abbildung 20: Treffer bei Internetrecherche (letzter Zugriff am 09.09.2012).

Hieraus wird ersichtlich, dass je älter die Texte sind, und je länger sie im Internet behandelt werden, sie desto höhere Trefferanzahl erzielen. Auch bestätigen diese Zahlen die stärkere Kanonisierung der älteren Texte. Vermutet werden kann auch, dass die Menge der Treffer (bei Google) auch auf die Ausprägung der Bekanntheit der Texte schließen lässt, da die Quantität der Treffer in bezeichnender Kongruenz steht zu den Verkaufszahlen. Interessant ist, dass *Der Vorleser* in den beiden Suchmaschinen zur wissenschaftlichen Recherche höhere Trefferzahlen erzielte als die beiden anderen Texte. Dies ist wohl vor allem auf die Auseinandersetzung im angelsächsischen Raum zurückzuführen.<sup>901</sup>

Insgesamt lässt sich festhalten, dass trotz einiger Divergenzen die Erfolgsfaktoren sich im Wesentlichen ähneln. Als wichtigstes Element kann die Generierung von verschiedenen Käufergruppen ausgemacht werden. Dies setzt allerdings voraus, dass der Text an sich bereits Bausteine enthält, die unterschiedliche Interessensgebiete berühren. *Das Parfum* entführt den Leser nicht nur in ein olfaktorisches Erlebnis, hier verbinden sich außerdem Entwicklungsroman und Kriminalgeschichte, gespickt mit historischen Details aus Frankreichs Geschichte und einem Protagonisten, an dem die Lesermeinungen auseinandergehen. Letzteres ist in einem gewissen Grad auch bei Hanna Schmitz und Michael Berg aus Schlinks *Vorleser* zu verzeichnen. Hinzu kommen in diesem Fall auch noch die historischen Aspekte, die in Form detektivischer Entdeckungen aufbereitet werden. Die pikante Liebesbeziehung zwischen den Protagonisten zählt gleichfalls zu den entscheidenden textimmanenten Merkmalen, die verschiedene Lesergruppen ansprechen, aber auch kontrovers diskutiert wurde – mit

<sup>901</sup> Wichtig ist bei dieser Auswertung, dass die Zahlen der wissenschaftlichen Datenbanken bei Weitem nicht alle Texte erfassen, die sich mit den Romanen auseinandersetzen. Es handelt sich hierbei also lediglich um Richtwerte und Tendenzen.

entsprechender verkaufsfördernder Wirkung. Im Fall von Kehlmanns Roman ist neben der besonderen Form des historischen Romans vor allem die Hinwendung zu den Naturwissenschaften und der Mathematik zu nennen, die auch wissenschaftliche Leserkreise ansprach. Auch die prominenten Protagonisten und die scheinbare Enthüllung kurioser Charakteristiken der beiden tragen einen Teil zur Lesergenerierung bei. Im Unterschied zu den beiden anderen Büchern haben auch die humoresken Elemente zum Erfolg bei den Lesern geführt.

Verdeutlicht wurde auch, dass einige Feuilletonisten zwar eine abwechslungsreichere Literatur verlangen, doch sind gerade sie daran beteiligt, dass die Erfolgsgeschichten der Bestseller nach immer gleichem Muster geschrieben werden. Das heißt, auch hier findet eine Homogenisierung statt. Als Hauptdistributoren nehmen die Medien an einem Prozess teil, der mittels Buchbesprechungen (gleichgültig ob Verriss oder Lob) Aufmerksamkeit erregt. In allen überregionalen Zeitungen fanden sich entsprechende Rezensionen zu den drei Büchern, denn keines dieser Medien will den Trend verpassen, zu einem neuen erfolgversprechenden Buch seine Meinung kundzutun. Auch dieser Prozess ist wiederum einem Imagezwang geschuldet, der auch die Verkaufszahlen eben jener Zeitungen im Blick hat. Würde eine Zeitung den gegenwärtigen oder zukünftigen Bestseller nicht auswerten, so gälte sie als „out of touch“. Eben jener Zwang zur Besprechung bringt dann aber erst die Leserschaft in Gang. Folglich kann von einer Wechselwirkung zwischen Verlag und Medien gesprochen werden, die durch diese Prozesse ihre Erfolge, ihr Image und ihr Renommee gegenseitig befeuern.

Gelegentlich wurden die jüngeren Bestseller mit älteren verglichen; hierbei zeigt sich, dass stets auf dieselben Bücher zurückgegriffen wird. Beim *Parfum* war es insbesondere Günter Grass' Roman *Die Blechtrommel*. Auch dies erzeugt eine Wechselwirkung, die vor allem dem neuen Roman dient, wird doch der Name des Verfassers in eine Reihe gestellt mit bekannten früheren Erfolgsautoren. Aus all dem entsteht letztendlich ein Netz aus diversen nachfrageerzeugenden Faktoren, die den Bestseller auszeichnenden Erfolgskreis generieren.

### 3.2. Einfluss der Wirtschaft auf Buchmärkte

Zu beobachten ist allgemein auf allen Märkten die Aktion des sogenannten Downtradings, also einer Orientierung nach unten, und zwar in zweifacher Hinsicht: So werden einerseits die Produkte einfacher, in ihrem Inhalt weniger komplex, und

andererseits sollen damit größere Käufermassen angesprochen werden. Beide Aspekte hängen unmittelbar zusammen, sie sind unlösbar miteinander verschränkt.

Des Weiteren ist anzumerken, dass die Prämisse, die Nachfrage bestimme das Angebot, nicht (mehr) gilt. Nicht der Markt orientiert sich an den Kunden, sondern der Kunde ist gezwungen, sich nach den Märkten zu richten. Die Wirtschaft bestimmt das Konsumverhalten und damit auch in diesem speziellen Fall das Leseverhalten. Zwar werden bestimmte Themen, die in den Medien zum jeweiligen Zeitpunkt aktuell sind (50 Jahre Kriegsende; Neuauflage von Humboldts Kosmos; Gauß' Geburtstag etc.) aufgegriffen, doch sind auch diese nicht von den Lesern provozierte Themen, sondern Themen der Presse. Dieser Punkt verstärkt nochmals die Rolle der Medien als Distributoren in zweierlei Hinsicht: Sie verbreiten einerseits bestimmte Themen und bieten dann andererseits auch Lektürehinweise, deren Qualität in der Verknüpfung mit eben jenem aktuellen Gesichtspunkt liegt. Dies untermauert dann wiederum das Image des Mediums, dessen Aktualität und die Fertigkeit zur Aufspürung diverser Trends es positiv auszeichnen.

Zu beobachten ist weiterhin eine Veränderung, die den Markt zunehmend wandelt: Es steht nicht mehr das Produkt im Vordergrund, sondern eine bestimmte emotionale Prägung, die damit in Verbindung gebracht wird. Bestimmte Lebensstile und Weltansichten sollen durch ein Produkt vermittelt oder hervorgerufen werden – eben auch durch Bücher. Das Rezipieren eines bestimmten Textes ordnet den Leser in eine spezifische Gruppe ein, die seine (soziale, politische, ökonomische, religiöse etc.) Zugehörigkeit und Orientierung demonstrieren soll. So wird es dem Leser jedenfalls proklamiert. Diese Zugehörigkeit manifestiert sich ebenfalls in den oben angesprochenen Events, wie etwa Lesungen, Literaturfestivals oder -messen. Das Erfolgsgeheimnis, so es denn eines ist, beruht in der Schaffung eines gewissen Lebensgefühls, das dem aktuellen Zeitgeist nicht gänzlich entspricht, sondern sich bereits gegen den vorhandenen Trend wendet und somit einen neuen zeugt. Anknüpfen sollte daran die oben herausgestellte doppelte Lesart, die es unterschiedlichen Lesergruppen ermöglicht, einen jeweils zufriedenstellenden Zugang zum Text zu finden.

Folglich kann also sehr wohl von einem Einfluss der Wirtschaft auf den Buchmarkt gesprochen werden. Dies zeigt sich beispielhaft an einem schwer zu analysierenden Prozess: nämlich der Selektion im Verlag. Die zahlreichen Manuskripte, die ein Unternehmen tagtäglich erhält, werden keinesfalls alle gelesen. Es finden diverse Selektionsprozesse im Vorfeld statt, die darauf angelegt sind, jene Manuskripte

herauszufiltern, deren Thema und Stil ein gewisses Erfolgsversprechen inne haben. Auch hierbei spielen letztendlich wirtschaftliche Faktoren, wie etwa die potenzielle Abnehmerzahl aber auch die Medientauglichkeit des Autors eine wichtige Rolle. Der Verlag muss ein ökonomisch denkendes und handelndes Unternehmen sein – ansonsten wäre seine Existenz gefährdet. Auch die Bestseller spielen für die Existenz eines Verlages eine entscheidende Rolle. Ohne diese Erfolgsbücher könnte das Unternehmen andere Bücher nicht querfinanzieren, das heißt auch, dass weniger erfolgreiche Bücher – so mancher Gedichtband etwa – (wirtschaftlich gesehen) ihre Existenz oft den Bestsellern verdanken.

Insgesamt ließ sich anhand der drei Bücher illustrieren, wie sie trotz distinkter Unterschiede dennoch das gleiche Erfolgsziel erreichten. Von besonderer Bedeutung, wie gezeigt wurde, war die breite Distribution vor allem durch die Medien. Dieser ging in allen drei Fällen eine aktive Maßnahmenenergreifung durch die Verlage voraus; sie bilden das Schaltwerk, in dem die entscheidenden Marketinghebel bewegt werden, um die nötigen Kaufanreize auszulösen. Deutlich wurde auch, dass der Bestseller ein vielschichtiges Publikum ansprechen können muss, was auch heißt, dass er eine gewisse Komplexität (sowohl inhaltlicher als auch thematischer Art) besitzen muss. Ausgeschlossen von der Analyse waren jene Bestseller, die vornehmlich durch ihre Skandalösität ihre Leserschaft generieren konnten (wie etwa Charlotte Roches *Feuchtgebiete*).

### 3.3. Vergleich der internationalen Erfolge

Was die hier behandelten Bücher verbindet, ist sicherlich ihr Erfolg, dies allerdings nur auf nationaler Ebene. International waren die Verkaufszahlen und Rezensionen – wie oben dargelegt – freilich deutlich unterschiedlich. Zwar werden alle drei Titel gleichermaßen als internationale Bestseller proklamiert, doch wie die jeweiligen Analysen zeigten, erzielten die Verkaufszahlen in einigen Ländern bei Weitem nicht die Größenordnung, um die Bücher mit dem Titel 'Bestseller' etikettieren zu können. In manchen Fällen war natürlich der Leserkreis viel zu klein, wie etwa im Fall des Färöischen oder Baskischen. Fakt ist, dass die realen Verkaufszahlen in vielen Fällen bei Artikeln in deutschen Zeitungen und Zeitschriften einfach ignoriert werden.

Überraschenderweise wurden alle drei Texte etwa gleich oft übersetzt (es wird jedes Mal von über 40 Übersetzungen gesprochen). Hier zeigt sich, dass der Lizenzverkauf

wahrscheinlich vor allem durch den Bestsellerstatus im Inland angekurbelt wurde. Dabei ist für *Das Parfum* ein spezifischer Selektionsprozess für den richtigen Verlag, der die Lizenz erhält, auszumachen. Durch dieses Verhalten prägte der *Diogenes* Verlag sein Image stark, zeigt sich darin doch, dass es dem Unternehmen nicht primär um Profit ging, sondern um die beste Auswahl mittels Verlagsprogramm und Image der ausländischen Verlagshäuser. Es darf hierbei jedoch auch spekulativ geäußert werden, dass manch ausländischer Verlag ein großes Interesse daran hatte, in eben jenen Kreis der auserwählten Unternehmen zu gelangen, um wiederum sein eigenes Image entsprechend zu positionieren. Letztendlich wurde also erneut versucht, einen positiven (auch in monetärer Hinsicht) Nutzen aus dem Lizenzgeschäft zu ziehen – von beiden Seiten, also sowohl von *Diogenes* als auch von den Lizenzbewerbern.

Eine Besonderheit zeigte sich auch bei der Lizenzvergabe für *Die Vermessung der Welt* nach Großbritannien. Dass dabei ein sehr junger Verlag ausgewählt wurde, mag auch zum Image des jungen Autors passen. Auffälliger ist jedoch, dass das Unternehmen einen relativ großen Marketingaufwand betrieb und zu Verbreitungszwecken zwei Videoclips drehte. Dabei wurde eine Szene aus dem Roman herausgegriffen und mit Schauspielern in historischen Gewändern verfilmt. Es überrascht wenig, dass der Verlag ausgerechnet eine Szene wählte, in der sowohl eine Verbindung zu den Naturwissenschaften (Alexander von Humboldt experimentiert am eigenen Leib zum Galvanismus) als auch sarkastisch-ironische Elemente zum Vorschein kommen (Humboldts Ansatz, die Wissenschaft über das Menschliche zu stellen, und die dadurch provozierte Übelkeit bei seinem Assistenten). Hierdurch spricht der Verlag gezielt unterschiedlich interessierte Lesergruppen an, die ein historisches, naturwissenschaftliches oder lustiges Buch erwarten. Daneben wird durch die Wahl des Videoclips als Marketinginstrument auch noch eine andere Zielgruppe angesprochen, und zwar jene der Internetnutzer, die sich den Kurzfilm dort ansehen können. Die Crossmedialität (vom Buch zum Videoclip) ist hier also stärker nachzuweisen als beim Vermarktungsprozess in Deutschland, der sich doch auf die klassischen Distributoren von Presse und Buchhändlern fokussierte.

Auch die Wahrnehmung und Präsenz des Autors in den visuellen Medien ist im angelsächsischen Raum verstärkt nachzuweisen. So durfte Bernhard Schlink etwa in Oprah Winfreys Sendung auftreten; in Deutschland sind Auftritte von Autoren im Fernsehen meist im Spätabendprogramm zu finden. Auch werden in den inländischen Sendungen vermehrt Bilder des Autors oder seines Buches gezeigt und mit Dritten darüber diskutiert, der Schriftsteller selbst kommt eher in Zeitungsinterviews zu Wort.

Im internationalen Raum erhielt *Der Vorleser* die meisten Preise. Für die beiden anderen Texte fielen diese Ehrungen deutlich geringer aus, was vor allem an zwei Punkten liegen mag: Erstens weigert sich Süskind auch im internationalen Umfeld, Preise anzunehmen oder öffentlich aufzutreten, und zweitens erregte Kehlmanns Buch weltweit weniger Aufsehen als *Der Vorleser*, das heißt, es mangelte seinem Buch an der nötigen Präsenz, die zu Preisverleihungen führt.

Außerdem stand Schlinks Roman in den USA ein weiterer Vertriebsweg zur Verfügung, nämlich jener der Book Clubs. Diese sind in Deutschland eher selten aufzufinden und ebenso ist deren Wirkungskreis deutlich geringer. In den USA konnte für Schlinks Roman also der Mechanismus der Mund-zu-Mund-Propaganda nachgewiesen werden, der dann wiederum die Macher der Literatursendung animierte, das Buch auch in Oprah Winfreys Sendung aufzunehmen. Das bedeutet eine Verkehrung des eigentlichen Verbreitungsmechanismus, der vorsieht, dass durch die Sendung Leser zum Kauf und zur Lektüre eines bestimmten Buches animiert werden sollen. Allerdings bleibt dieser Mechanismus letztendlich doch in seiner Funktion bestehen, schließlich besetzte *Der Vorleser* nach der Besprechung von Oprah Winfrey recht schnell die amerikanischen Bestsellerlisten.

Eine Gemeinsamkeit hinsichtlich der Reaktionen der internationalen Presse ist, dass häufig das Lob fiel, die Romane passten nicht in die deutschsprachige Literatur. Die mangelnde Verkopftheit und Ernsthaftigkeit wurden als positive Attribute herausgestellt. Anerkannt wurde also die Gegenläufigkeit dieser Bücher zum Rest der deutschen Gegenwartsliteratur. Damit kann gleichzeitig unterstellt werden, dass eben jene Texte, die das „spezifisch deutsche“, also die vermeintliche literarische Bedeutungsschwere und Gewichtigkeit nicht aufweisen, sich dadurch einem eher internationalen Literaturstil angleichen und sich einem internationalen Lesepublikum empfehlen, dessen Fokus auf Elemente wie leichtere Lesbarkeit und Unterhaltsamkeit gerichtet sind. Daher mag hier von ersten Tendenzen einer Homogenisierung der Literatur gesprochen werden. Ausgeschlossen davon sind (meist) jene Texte, die einen Skandal auslösten, da dieser nicht überall gleich aufgenommen wird, was vor allem auf kulturelle, aber auch soziale und politische Differenzen zurückgeführt werden kann. Das bedeutet folglich auch, dass die Romane, um auch international anerkannt zu werden, eine Thematik besitzen müssen, die (zumindest teilweise) über gewisse kulturellen, sozialen oder politischen Grenzen hinweg als verständlich, nachvollziehbar oder interessant empfunden werden kann. Beispiele sind der Nationalsozialismus und der Zweite Weltkrieg, die nicht nur deutsche Leser ansprechen, sondern auch alle jene,

deren Vergangenheit entweder mit der deutschen Geschichte zusammenhängt, oder die eine ähnliche Vergangenheit besitzen und diese verarbeiten müssen (was sich an der guten Aufnahme des *Vorlesers* in China zeigen ließ, da hier Verbindungen zur Wundenliteratur gezogen wurden).

Auffällig ist, dass vor allem Schlinks *Vorleser* verstärkt im Ausland wahrgenommen wurde. Im Vergleich zu den beiden anderen Büchern mag dies überwiegend an der Thematik und dem leicht übersetzbaren Stil liegen. Während *Das Parfum* und *Die Vermessung der Welt* im 18. beziehungsweise 19. Jahrhundert spielen, ist *Der Vorleser* im 20. Jahrhundert angesiedelt und damit näher an der Lebenszeit der Leser. Auch die anhaltende Brisanz der Thematik des Zweiten Weltkriegs und der NS-Verbrechen ist im Ausland beim Lesepublikum verbreiteter. Desgleichen sind die beiden Skandale der Liebesbeziehung zwischen einem Minderjährigen und einer älteren Frau sowie die Opferrolle der eigentlichen Täter im angelsächsischen Raum auf große Resonanz gestoßen. Anders gestaltet sich dies in Hinblick auf die Romane von Süskind und Kehlmann; hier ist es vor allem deren Ruf in Deutschland geschuldet, dass zahlreiche Übersetzungslizenzen verkauft wurden.

Kurioserweise schaffte aber ein Buch es auf die deutschen Bestsellerlisten, das so gar nicht in den internationalen Buchmarkt und die prophezeite Homogenisierung passen will, unterscheidet es sich doch so stark von allen internationalen Ansprüchen: Während Schlinks Roman einen eindeutigen Bezug zur NS-Vergangenheit aufweist und auch der Protagonist aus dem *Parfum* als Hitler-Figur interpretiert wurde, scheint das Argument nahe zu liegen, dass vor allem jene deutschsprachigen Bücher, die vom Zweiten Weltkrieg handeln oder damit in Bezug gesetzt werden, in den USA erfolgreich sind. Kehlmanns Roman freilich passt nicht in dieses Schema. Und so ist es nicht verwunderlich, dass zahlreiche angelsächsische Kritiker sich fragten, weshalb der Roman eigentlich so erfolgreich sei.

Übrigens erregte *Der Vorleser* in den USA ja vor allem deshalb Aufsehen, weil er – nach Meinung zahlreicher amerikanischer Leser und Kritiker – den Missbrauch eines Minderjährigen durch eine deutlich ältere Frau thematisiere. Dass dieses Thema ein stärkeres Interesse hervorrief als in Deutschland, verweist abermals auf die kulturellen Unterschiede, die trotz aller Beteuerungen der Internationalisierung und Annäherungsprozesse weiterhin bestehen.

Zur Rezeption in China ist anzumerken, dass der Erfolg deutscher Romane dort mit fortschreitender Zeit wichtiger und größer wird, was sicher vornehmlich auf die zunehmende Öffnung des Landes zurückzuführen ist. Während sich zu Süskinds Text

kaum Reaktionen aus der Volksrepublik auf seinen Roman finden lassen, wurde *Der Vorleser* bereits stärker rezipiert, was wiederum auf zwei Faktoren zurückgeführt werden konnte. So besteht erstens die Möglichkeit, die Geschehnisse auf die chinesische Geschichte zu übertragen, und zweitens ist eine einfachere Vermittlung (als beispielsweise die des *Parfums*) erzielbar, da die Sprache Schlinks relativ einfach zu übersetzen und zu verstehen ist.

Dergleichen nimmt die Übersetzung der *Vermessung der Welt* ins Chinesische eine Sonderrolle ein. Hierbei zeigt sich eine Weiterentwicklung des chinesischen Literaturmarktes, der nicht mehr nur eine schnelle Übersetzung liefern will, sondern tatsächlich versucht, Leser zur Lektüre zu ermutigen. Auch die erläuternden Anmerkungen im Text zu spezifisch europäischen Gegebenheiten oder bekannten Personen des 19. Jahrhunderts verstärken diesen Eindruck. Dennoch existieren auch weiterhin die schnell übersetzten und schlecht überarbeiteten Versionen. Die Sorgfalt, mit der Kehlmanns *Vermessung der Welt* ins Chinesische übersetzt wurde, mag auch den moderneren Medien (im Vergleich zu den 1980er und 1990er Jahren) geschuldet sein. Dieses Beispiel zeigt auch, dass mittlerweile auf dem chinesischen Buchmarkt gründlich übersetzte und gewissenhaft gestaltete Übersetzungen deutscher Romane zu finden sind. Damit müssen einige Ansichten über den chinesischen Markt als überholt und klischeehaft gelten. Zwar werden dort trotz der Bevölkerungszahl weiterhin (im Vergleich zu europäischen Ländern etwa) deutlich geringere Auflagenhöhen publiziert, die Erscheinungsform und Übersetzung haben sich allerdings stark einem europäischen Maßstab angepasst. Jedoch fehlt eine Sensibilisierung für gewisse Details, was etwa durch die Übernahme des deutschen Covers mit falschgeschriebenem Titel und Autornamen sowie des Abdrucks des Verlagssignets von *Rowohlt* illustriert wird. Insgesamt kann hier jedoch ein deutlicher Wandel verzeichnet werden.

Die generelle Annäherung zwischen Europa, den USA und China trägt außerdem einen erheblichen Teil bei zum gegenseitigen Kulturaustausch und zu einem verständnisvolleren Umgang mit gewissen Gegebenheiten. Offensichtlich kommt es auch zu einem behutsameren Umgang mit Problemen des Lizenzrechtes, zumindest zum Teil. Kehlmanns Buch ist bei einem regulären Verlag erschienen, dennoch sind Versionen auf dem Markt, die eigentlich keine Lizenz und Berechtigung zur Übersetzung haben.

Festzuhalten ist des Weiteren, dass die Bücher verstärkt auch in jenen Ländern wahrgenommen wurden, die Schauplätze der Handlung sind. So wurde *Das Parfum* vermehrt auch in Frankreich rezipiert, *Die Vermessung der Welt* in Lateinamerika.



Allerdings kamen zahlreiche kritische Stimmen eben auch aus den lateinamerikanischen Staaten beziehungsweise von Forschern der lateinamerikanischen Studien und Kennern des Kontinents bezüglich Kehlmanns Darstellung der dortigen geografischen und zoologisch-botanischen Gegebenheiten. Vergleichbares ist für die historischen Details in Süskinds *Parfum* nachzuweisen. Auch die Kritik an der Darstellung von Opfer und Täter bei Schlinks *Vorleser* kam aus dem Ausland. Dies spricht für eine intensivere Auseinandersetzung mit den Fakten durch internationale Kritiker und Wissenschaftlern als dies etwa von deutscher Seite vorgenommen wurde. Interessanterweise entsteht für den (deutschen) Leser aber eben ein solch illusionäres Bild, dessen Faktizität er häufig nicht überprüfen kann – oder will. Teilweise kann daher auch von einer mangelnden Hinterfragung und fehlenden kritischen Betrachtung durch deutsche Wissenschaftler gesprochen werden.

Dass auch *Das Parfum* international bei Weitem nicht einen vergleichbaren Erfolg wie im deutschsprachigen Raum erzielen konnte, liegt vor allem auch an der Schwierigkeit, die unterschiedlichen Lesarten des Buches in eine Fremdsprache zu übertragen. Dies führt dazu, dass auch ein literarisch gebildeter Leser große Schwierigkeiten haben wird, die zahlreichen Anspielungen auf andere deutsche literarische Texte zu verstehen oder zu erkennen. Dadurch verliert das Buch an Anziehungskraft, die es im deutschsprachigen Raum erst ermöglichte, den Roman so bekannt zu machen und in den literarischen Kanon einzuführen. Da also in einer Fremdsprache diese Zusatzebene der Rezeption entfällt, erscheint der Text dort eher als bloße Detektivgeschichte oder historischer Roman. Auch stilistisch gestalten sich hier – im Gegensatz zu den beiden anderen Büchern – die Übersetzungsmöglichkeiten schwierig, kann doch von einem wortgewaltigen, teils mit Neologismen durchzogenem Text gesprochen werden.

Jeder Roman wurde zwar von den gleichen Faktoren beeinflusst, allerdings auf unterschiedliche Art und Weise sowie mit verschiedenen Gewichtungen und Auswirkungen. So lassen sich die drei Romane nicht in ein vorgegebenes Muster pressen, auch wenn einige Kritiker dies immer wieder versuchen. Bei aller Unterschiedlichkeit im Detail bestätigte sich also im Großen die Annahme, der internationale Buchmarkt homogenisiere sich zunehmend, was eben auch dazu führt, dass sich deutsche Bestsellererfolge grenzüberschreitend exportieren lassen.

## Zusammenfassung und Ausblick

Diese Arbeit hat verdeutlicht, dass Bestseller nicht einfach zufällig entstehen. Ein Netz diverser Einflussfaktoren, Beförderer und Bremser der Bekanntheit eines Buches und von dessen Autor, wurde herausgearbeitet. Dabei spielen der Verlag, die Medien, die Preisverleihungen, Text und Autor sowie Wissenschaft und weitere Verwertungsmöglichkeiten eine eminente Rolle. Daneben bestätigte sich die Ausgangsthese, dass die Marketingstrategie des Timings entscheidend zum Erfolg beiträgt, wie auch in den einzelnen Fallstudien belegt werden konnte. Zu erwähnen ist außerdem, dass die einzelnen Erfolgsfaktoren nicht isoliert stehen, sondern sowohl unter einander vernetzt sind, als auch in weitere Dimensionen eingebunden sind. Neben dem Buchmarkt sind dies weitere Märkte und Felder (Kultur, Freizeit, Unterhaltung etc.); außerdem sind die Faktoren in Wirtschaft und Politik, in gesellschaftliche Ereignisse und Debatten eingebettet.

Die erste Fallstudie galt Patrick Süskinds Bestseller *Das Parfum*. Dort wurden die im theoretischen Teil erarbeiteten Erfolgsfaktoren im Einzelnen analysiert. Die Auswertung der Rezensionen nahm hier eine wichtige Position ein. Von besonderer Bedeutung war außerdem Süskinds Positionierung zu den Medien: Der Autor verschwand 1985 aus der Öffentlichkeit, er lehnt es ab, Interviews zu geben, verweigert die Annahme von Preisen und schafft dadurch ein Phantom seiner selbst. Spekulativ bleibt, inwiefern diese Reaktion tatsächlich dem Charakter Süskinds entspricht oder als Marketingstrategie einer Präsenz durch Abwesenheit gewertet werden kann.

In der Untersuchung fungierte das textinhärente Merkmal der postmodernen Erzählweise als wichtiges Element, kann der daraus resultierenden doppelten Leseweise doch einerseits ein Großteil der positiven Rezensionen zugeschrieben werden; andererseits ermöglicht sie auch dem „normalen“ Leser eine Lektüre ohne Verständnisprobleme. Daneben stellte sich heraus, dass der Verlag (aus vermutlich marketingtechnischen Gründen) Lizenzen ins Ausland nur mit sehr strikten Auflagen vergab. Interessant ist dieser Bestseller auch deshalb, weil er zu einem sehr erfolgreichen Nachahmerprodukt angeregt hat (Robert Schneiders Roman *Schlafes Bruder*), was Süskinds *Parfum* innerhalb der Marketingstrategie des Timings als Pionier beschreiben würde.

Für die Betrachtung im internationalen Raum ist bei Süskinds Roman vor allem die schwächere Aufnahme in China zu verzeichnen, was wohl auch auf die politischen

Bedingungen in der Volksrepublik der 1980er Jahre zurückzuführen ist. Auch in den anderen Nationen zeigte sich die Profilierung als internationaler Bestseller als Übertreibung, erreichte das Buch doch nirgendwo annähernd ähnlich hohe Verkaufszahlen.

Die zweite Fallstudie widmete sich Bernhard Schlinks Roman *Der Vorleser*. Eine Besonderheit bei diesem Buch war, dass sich die Bewertung in den Medien in drei Phasen aufgliedern ließ: Zuerst erfolgte eine euphorische Aufnahme des Textes, dann entwickelte sich eine von Großbritannien ausgehende negative Kritik gegen den Roman (ausgelöst durch einen Leserbrief von Jeremy Adler im *Times Literary Supplement*), die schließlich in ein Abschwächen der Vorwürfe mündete. Die Analyse und Auswertung der Rezensionen zeigte, dass zahlreiche Kritiker auf biografische Elemente aus dem Leben des Autors zurückgriffen, um diese einerseits mit der Erzählerfigur Michael Berg zu parallelisieren, andererseits nutzten sie Schlinks Berufe (Jurist und Schriftsteller) als Basis für ihre Interpretation des *Vorlesers*.

Extrahiert wurde in diesem Beispiel die Macht der Medien bei der Verbreitung des Romans, wobei vor allem Oprah Winfreys *Book Club* in den USA genannt wurde, die zugleich mit ihrer Interpretation des sexuellen Missbrauchs ein neues Schlaglicht auf den Bestseller warf. Es bestätigte sich die Annahme, dass mehrere Faktoren für den Erfolg des *Vorlesers* verantwortlich waren. Neben den bereits genannten wurden ebenfalls inhaltliche (Liebesgeschichte am Romanbeginn, Verstrickung in die Vergangenheit, Tabubruch, etc.) und zeitgeschichtliche Faktoren aufgedeckt. Insbesondere letzteres lässt auf ein glückliches Timing zur Veröffentlichung des Romans schließen, der mit der brisanten Thematik zu einem Trend in Deutschland passt, der sowohl politische als auch kulturelle und soziale Ausprägungen erfuhr.

Nachgewiesen werden konnte auch der rückwirkende Einfluss der filmischen Verarbeitung des Romans auf den Verkaufserfolg des Buches. Auch die Publikation des Hörbuchs und des Buchs zum Film fallen in diese Kategorie. Die Lizenzvergabe ins Ausland wirkte desgleichen als Einnahmequelle für Verlag und Autor; das Ausmaß wie bei Schlinks *Vorleser* (Übersetzungen in 40 Sprachen liegen vor) erreicht ein Buch jedoch nur, wenn es zuvor schon ein nationaler Bestseller war. Dies verdeutlicht den Zusammenhang zwischen einem unabdingbar vorausgehenden nationalen Erfolg für das Prädikat des Weltbestsellers, wobei zu betonen ist, dass der erste Schritt den zweiten nicht erfordert. Hierzu sind wiederum unterschiedlichste Faktoren, allen voran eine medienwirksame Inszenierung, notwendig.

In der dritten Fallstudie wurde das Netz der Erfolgsfaktoren für Daniel Kehlmanns Roman *Die Vermessung der Welt* beleuchtet. Auch hier zeigten sich zeithistorische Ereignisse (das Humboldt-Jahr, Neuauflage von Humboldts *Kosmos* etc.) als starke Einflussfaktoren auf die Vermarktung. Die Auswertung diverser Rezensionen und wissenschaftlicher Artikel in den deutschen Medien ließ vor allem zwei Auffälligkeiten erkennen: So wurden erstens die literarischen Elemente der Phantastik immer wieder dem magischen Realismus zugeschrieben, und zweitens wurde das Schlaglicht auf den Autor als Person gerichtet. Weiterhin zeichnete sich Kehlmann durch seine permanente Medienpräsenz aus, was die Vielzahl seiner Auftritte in sehr heterogenen Kontexten unterstreicht. Gleichzeitig darf sein Wirken an diversen Universitäten, als Juror und Laudator, und seine Auftritte in Literatursendungen als weitere Faktoren für den Erfolg seines Buches gewertet werden.

In einem letzten Teil der Arbeit wurden die Ergebnisse der drei Fallstudien verglichen. Das Erkenntnisinteresse richtete sich hierbei auf gemeinsame oder vergleichbare Faktoren, die zur Verbreitung der Texte im nationalen beziehungsweise internationalen Raum beitrugen. Bestätigt wurde, dass es vor allem die Medien sind, die den Erfolg eines Textes steuern. Dabei wurde ersichtlich, wie sehr Rezensionen, Berichte und Autorenporträts dazu beitragen, die Leserschaft zu mobilisieren und zum Kauf anzuregen. Herausgestellt wurde auch, wie wichtig der Autor als Person ist, was den Erfolg betrifft. Dennoch ist dieses Phänomen nicht völlig neu: Auch früher hegten Leser Interesse am Autor, seinem Charakter oder Aussehen; allerdings waren die Verbreitungsmöglichkeiten damals bei Weitem nicht so vielfältig und ausgeprägt wie heute.

Insgesamt ließ sich erkennen, dass alle drei untersuchten Bücher als Ausnahmen angesehen werden müssen. Auch mag die Wiederholbarkeit dieser Erfolge als unwahrscheinlich eingestuft werden. Zwar verkauften sich die nachfolgenden Texte der drei Autoren ebenfalls gut, doch konnte das Niveau der Verkaufszahlen nicht an das der Bestseller heranreichen; die Aufmerksamkeitsspannen für diese Bücher fielen in den Medien deutlich kürzer aus als für die Bestseller.

Es zeigte sich, dass *Das Parfum* in diversen Hinsichten eine Sonderrolle einnimmt und sich stark von den beiden anderen Büchern und deren Erfolgsgeschichten unterscheidet. Der Erfolg von Süskinds Roman überragt den der anderen Bestseller bei Weitem. Obwohl im internationalen Raum die Erfolge teilweise sehr schwer nachzuzeichnen sind, sticht Schlinks *Vorleser* doch eher hervor, der insbesondere in den USA und in Großbritannien für Furore sorgte. Dass hierfür wiederum spezifische Medien (erinnert

sei beispielhaft noch einmal an Oprah Winfreys Sendung und Schlinks Auftritt) beteiligt waren, untermauert die These, dass Distributoren als eine erfolgsentscheidende Größe anzusehen sind.

Des Weiteren wurde aufgezeigt, dass das Lob von deutschsprachigen Journalisten über die internationalen Erfolge der Romane sich einzig in der Anzahl der Lizenzen widerspiegelte. Eine entsprechende Reaktion bezüglich der Verkaufszahlen in den einzelnen Nationen ließ sich selten oder gar nicht nachweisen. Auch war bezüglich der drei untersuchten Romane einzig *Der Vorleser* in Großbritannien und den USA von mehreren Medien und einer größeren Leserschaft wahrgenommen worden. Die Erfolge der beiden anderen Bücher fielen deutlich verhaltener aus. Allerdings sind die Verhältnisse – wie in den Kapiteln 1.4. und 1.8. gezeigt – der nationalen Buchmärkte in Bezug auf die Art und Weise der Vermarktungen sowie der kulturellen Wertschätzung von Büchern im Allgemeinen äußerst unterschiedlich. Hinzu kommt, dass die Thematik und/oder der Stil eines Buches in anderen Ländern unterschiedlich aufgenommen werden, weil etwa am Inhalt nicht das gleiche Interesse besteht oder eine Problematik nicht als solche wahrgenommen wird. Dies zeigt sich auch an anderen Texten, wie etwa den Kriminalromanen von Henning Mankell: Hierbei ist keineswegs eine Thematik auszumachen, die nur die Schweden betrifft, sondern die Verbrechen könnten theoretisch in jedem anderen Land geschehen, und ebenso lässt sich das Motiv für die Tat in vielen Kulturkreisen nachvollziehen. Ähnliches lässt sich auch für Joanne K. Rowlings *Harry Potter* Bücher aufzeigen: Die Handlung spielt zwar in Großbritannien, doch liegt die Zauberschule an einem geografisch fiktiven Ort. Ebenso kann die Einführung in die magische Welt als neuartig, da allen Lesern gleichermaßen unbekannt, gelten. Dass allerdings auch mit diesen Büchern die Grenzen von Realität und Fiktion verschwimmen, ist an der Reaktion mancher Kirchengemeinden (vor allem in Mexiko) ersichtlich, wo die *Harry Potter* Bücher als Teufelswerk verbrannt wurden. Der Betrachtungszeitraum in dieser Arbeit erstreckt sich – im Abstand von Zehnjahresschritten – auf den Zeitraum von 1985 bis 2005. Dass für den Buchmarkt um 1900 oder den Buchmarkt der Zukunft andere Bedingungen galten beziehungsweise gelten werden, steht außer Frage. Dennoch war und ist das Ziel noch immer, ein Buch möglichst oft zu verkaufen, woran sich auch künftig nichts ändern wird. Der Buchmarkt ist dahingehend betrachtet ein Markt wie jeder andere auch: Potenziale müssen erkannt und abgeschöpft werden, was durch die gleichen Methoden und Strategien wie auf anderen Märkten auch erreicht wird. Zuvörderst steht hier die Timing-Strategie, die – wie im theoretischen Teil der Arbeit erläutert – die einzig anwendbare Strategie im

Buchmarkt ist. Was den betrachteten Zeitraum betrifft, so ist außerdem anzumerken, dass in diesen zwanzig Jahren enorme Entwicklungen auf Seiten der Technologie stattgefunden haben. Diese beeinflussen auch das Geschehen im Verlag und auf dem Buchmarkt. Vor allem das Internet hat einen großen Beitrag zur Distribution von literarischen Texten geleistet, tritt dabei jedoch gleichzeitig als Konkurrenzmedium zum Buch selbst auf. Besonders auffällig ist jedoch, dass rein quantitativ der größte Erfolg bei den drei besprochenen Bestsellern dem *Parfum* zufällt, das bereits 1985 erschienen ist. Das Internet also Distribuent kommt damit nicht in Betracht. Somit werden die neuen Medien lediglich als Unterstützung mit einbezogen, die Verlage arbeiten aber auch weiterhin auf den gewohnten Wegen und setzen die gängigen Methoden zur Bekanntheitssteigerung ein.

Insgesamt zeigte die Analyse, dass der Buchmarkt von diversen Homogenisierungsströmungen durchdrungen wird. Ähnlichkeiten zeigten sich nicht nur in Aufmachung und Umfang der Bücher, auch die Marketingaktivitäten und die Distributionswege zur Bekanntmachung und Weiterverbreitung von Autor und Text sind dieselben. Analogien manifestieren sich ebenso in den Medien (Art und Form der Rezensionen und Berichte über den Autor) wie auch im Markenaufbau des Autors. Daneben wurden auch für die Lizenzverkäufe und die anderen Methoden der Weiterverwertung (Hörbuch, Schullektüre) starke Übereinstimmungen ausgemacht. Des Weiteren reagiert auch die Wissenschaft in allen drei Fällen nach demselben Muster: Es erscheinen zuerst Analysen, die sich relativ stark auf den Text selbst beziehen, das heißt, diese Arbeiten entstehen aus der Literaturwissenschaft heraus. Erst später kommen je nach Inhalt des Romans andere Wissenschaftler hinzu (sei es aus den Disziplinen der Geschichts- oder Naturwissenschaften), wobei einige dieser Forscher Defizite und Kritikpunkte am Text ausfindig machen. Die Härte der Kritik fällt jedoch äußerst unterschiedlich aus, es sind dann im Verlauf des steigenden Erfolgs vielmehr die Literaturwissenschaftler, die sich zu einem späteren Zeitpunkt deutlich negativer zur Qualität des Textes äußern.

Die Auswahl der drei Bestseller kann nur als Beispiel angesehen werden. Andere Bücher wurden aus anderen Gründen erfolgreich, allerdings sind auch bei diesen vergleichbare Faktoren – wenngleich mit anderer Gewichtung und anderem Inhalt – auszumachen.

Nicht direkt betrachtet wurden in dieser Arbeit die Rolle und der Einfluss des Lesers selbst. Dabei ist er derjenige, der für den Erfolg durch seine Kaufentscheidung verantwortlich ist. Diese Aussparung des Lesers wurde aus mehreren Gründen

vorgenommen: Erstens geht es im Bestsellermarketing hauptsächlich um Verkaufszahlen, das heißt, ob das Buch gelesen wurde oder nicht, ist weniger wichtig. Zweitens ist der Leser ein hochkomplexes Individuum, dessen Ansichten und Verhaltensmuster nicht pauschalisiert werden sollten. Drittens taucht der Leser indirekt immer wieder in der Arbeit auf, sind es doch etwa bestimmte Leserzielgruppen, die Verlage im Blick haben, wenn sie ein neues Buch auf den Markt bringen.

Anzumerken ist ferner, dass der Buchmarkt ein sehr komplexer Markt mit unterschiedlichsten Zielgruppen ist. Neben den oben genannten Romanen erscheinen jährlich tausende Kinder- und Jugendbücher, Sach- und Fachbücher, Lexika, Ratgeber etc. Das hier erarbeitete Netz aus Einflussfaktoren muss keineswegs für die anderen Bereiche gelten. Dennoch darf auch hier davon ausgegangen werden, dass das Timing entscheidend für den Erfolg der Bücher ist. So ist auch stets nach besonderen politischen und gesellschaftlichen Ereignissen mit einer großen Anzahl entsprechender Sachbücher zu rechnen. Beispielsweise erschienen bald nach den Anschlägen auf das World Trade Center in New York diverse Bücher, die nicht nur die Ereignisse dokumentierten, sondern auch nach Hintergründen und Auswirkungen auf die Zukunft fragten.<sup>902</sup> Auch das 2010 erschienene Buch *Deutschland schafft sich ab* von Thilo Sarrazin eröffnete ein neues Gebiet der Debatte, woraufhin zahlreiche Bücher zum Thema Islam, Immigration und Integration in Deutschland erschienen.<sup>903</sup> Es darf also prinzipiell davon ausgegangen werden, dass ähnliche Netzwerke mit analogen Faktoren und Strukturen in anderen Bereichen des Buchmarkts existieren, wie das in dieser Arbeit beschriebene.

Wie der Buchmarkt der Zukunft aussehen wird, darüber lässt sich nur spekulieren. Bodo Harenberg prognostiziert etwa, dass zukünftig die Buchwerbung später gestartet wird, also erst nach einer Testauflage.<sup>904</sup> Die Argumentation dieser Arbeit spricht allerdings für ein schnelleres und proaktiveres Handeln der Unternehmen. Künftig werden Verlage verstärkt einige wenige Bücher intensiver bewerben als andere. Aus diesen sollen Bestseller werden, die von vornherein darauf konzipiert wurden und dabei auf Trends

---

<sup>902</sup> Jim Dwyer, Kevin Flynn: *One Hundred and Two Minutes: The Untold Story of the Fight to Survive Inside the Twin Towers*, New York 2005; Andreas von Rétyi: *Die Terrorflüge (Terrorlüge): Der 11. September 2001 und die besten Beweise, dass wirklich alles anders war*, Rottenburg 2007; Stefan Aust, Cordt Schnibben: *11. September, Geschichte eines Terrorangriffs*, München 2002.

<sup>903</sup> Klaus Wowereit: *Mut zur Integration. Für ein neues Miteinander*, Berlin 2011; Deutschlandstiftung Integration (Hrsg.): *Sarrazin – Eine Deutsche Debatte*, München 2010; Naika Foroutan (Hrsg.): *Sarrazins Thesen auf dem Prüfstand: Ein empirischer Gegenentwurf zentraler Thesen Thilo Sarrazins mit Bezug auf Muslime in Deutschland*, Berlin 2010.

<sup>904</sup> Vgl. Bodo Harenberg: *Innovatives Verlagsmarketing*, in: Hero Kind (Hrsg.): *Buchmarketing. Was sich in Gesellschaft und Handel ändert. Worauf sich Verlage einstellen müssen*, Düsseldorf u. a. 1994, S. 117-128, hier S. 122.

reagieren beziehungsweise neue Tendenzen im Buchmarkt oder in der Literatur hervorbringen. Alle anderen Texte, die in einem Verlag publiziert werden, müssen mit wenig oder gar völlig ohne Marketing und Werbebudget auskommen. Ihre Startauflage wird deutlich geringer ausfallen als die der geplanten Bestseller, was dazu führt, dass eine Kluft zwischen diesen Büchern in quantitativer Hinsicht und bezüglich ihrer Werbemaßnahmen entsteht. Des Weiteren sollen laut Harenberg deutlich kleinere Startauflagen produziert werden, die erst nach einer gewissen Nachfrage erhöht werden.<sup>905</sup> Auch bei diesem Argument muss angemerkt werden, dass sich wohl die Auflagenhöhe für die geplanten Bestseller erhöhen wird, die der anderen Bücher wird vermutlich schrumpfen. Der Buchmarkt von morgen wird weiterhin von einer Suche nach den neusten Trends und unterhaltsamen Texten mit einem aktuellen Bezug geprägt sein. Mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit wird sich der Lebenszyklus eines einzelnen Buches weiter verkürzen. Greift ein Buch nicht sofort, innerhalb kürzester Zeit, so wird es auch schnell wieder aus den Regalen verschwinden. Immer weniger Zeit bleibt einem Text somit, sich auf dem Buchmarkt zu etablieren und von unterschiedlichen Lesergruppen gekauft zu werden. Das bedeutet aber auch eine steigende Produktion von einzelnen Titeln, deren Markttauglichkeit sich nach wenigen Tagen oder Wochen beweisen muss. Nur den Erfolgsromanen wird daran anschließend eine intensivere Betreuung und Auseinandersetzung gewidmet werden. Dieser Mechanismus wird dann auch Auswirkungen auf den Leser und sein Kauf- und Leseverhalten haben. Immer weniger Zeit bleibt ihm zum Konsumieren, ein Großteil der gekauften Bücher wird dann wahrscheinlich ungelesen im Regal stehen oder – nach dem Aufwand, den moderne Antiquariate gegenwärtig betreiben – im Internet verkauft werden. Auch wird sich verlagsintern eine verstärkte Konzentration auf Erfolgsbücher durchsetzen. Denn die Unternehmen müssen konkurrenzfähig bleiben und dazu benötigen die einzelnen Verlage Geld, das sie hauptsächlich über die Bestseller generieren können.

Dergleichen kann davon ausgegangen werden, dass wenige Großverlage den Hauptteil der Leser abschöpfen werden, und einige Klein- und Kleinstverlage sich den restlichen Marktanteil streitig machen müssen.

Fraglich bleibt, ob sich das System zur Ermittlung der Bestseller ändern wird, wäre dies doch mit einem enormen (vor allem monetären) Aufwand verbunden. Auch könnte eine der Realität entsprechende Auflistung der tatsächlich verkauften Bücher einen anderen Umgang mit den Büchern nach sich ziehen.

---

<sup>905</sup> Vgl. Harenberg: *Innovatives Verlagsmarketing*, S. 120f.



Diese Arbeit leistet einen Beitrag zur Kontextualisierung der deutschsprachigen Gegenwartsliteratur. Wie sich zeigte, kann die Ansicht, die deutschsprachige Literatur sei zu kopflastig und zu schwer, getrost abgelegt werden; es existieren auch in diesem Sprachgebiet Bücher für die unterschiedlichsten Ansprüche und die unterschiedlichsten Lesarten – von trivialer Literatur über Unterhaltungsliteratur bis hin zur sogenannten 'Höhenkammliteratur' reicht dieses Spektrum. Und – so darf vermutet werden – in anderen Nationalliteraturen gestaltet sich diese Ausprägung nicht wesentlich anders. Dass deutsche Literatur es schwer hat, sich gegen Erfolgsromane aus den USA durchzusetzen, mag einerseits an der „einfacheren Lesbarkeit“ liegen, doch dürfen auch die anderen Faktoren (wie etwa die Bekanntheit des Autors oder der Marketingaufwand des Verlags) nicht außer Acht gelassen werden.

Zum Schluss muss abermals betont werden, dass es kein Geheimrezept für einen Bestseller gibt – auch wenn das so mancher Ratgeber propagiert. Eine Reihe von unterschiedlichen Faktoren ist für diesen Erfolg verantwortlich, wobei kleinste Abweichungen (etwa wenn ein Buch mit einer aktuellen Thematik ein paar Wochen zu früh oder zu spät erscheint, wenn das Buch nicht ausreichend von den Medien wahrgenommen wird etc.) diesen Erfolg verhindern können. Das komplexe Netz von Lesererwartung, Medienreaktionen und ökonomischen Rahmenbedingungen zu durchschauen und – noch wichtiger – dementsprechend darauf zu reagieren, ist sowohl für Autoren als auch Verleger so gut wie unmöglich. Wenn es zwar nicht Zufall ist, ob ein Buch zum Bestseller wird, so ist es auf jeden Fall nicht planbar.

## Anhang

### Fragen an den Autor Bernhard Schlink<sup>906</sup>

*Wie kamen Sie zum Schreiben, vor allem zur Belletristik? Wie kamen Sie auf die Idee, einen Roman zu schreiben?*

Bernhard Schlink: Ich habe schon als Schüler und Student geschrieben: Geschichten und schlechte Gedichte. Dann dachte ich, dass die Freude am Schreiben sich im Schreiben wissenschaftlicher Texte erfüllt. Aber so gerne ich bis heute wissenschaftlich oder essayistisch schreibe – mir fehlte etwas. So kam ich wieder zum Schreiben.

*Aus welchen Gründen war Ihr erster Roman eine Gemeinschaftsarbeit zusammen mit Walter Popp?*

Bernhard Schlink: Walter Popp und ich waren beide Assistenten beim DFG-Projekt Recht und Mathematik. Damals lasen wir viele Krimis und phantasierten, selbst einen Krimi zu schreiben. Walter Popp zog dann in die Provence, und als ich ein Freisemester hatte, verbrachte ich es zum Teil an der Uni in Aix.

*Wie kamen Sie zum Diogenes Verlag?*

Bernhard Schlink: *Diogenes* war immer mein Traumverlag. Aber mir erschien es aussichtsreicher, das Manuskript an den *Rowohlt* Verlag für die Reihe „rororo thriller“ zu schicken. *Rowohlt* lehnte das Buch ab; das Thema der Vergangenheit, die in die Gegenwart reicht, würde niemanden interessieren. Zugleich entmutigt und kühner, dachte ich, jetzt kann ich es auch bei *Diogenes* probieren.

*Warum sind Sie dort geblieben?*

Bernhard Schlink: *Diogenes* bleibt mein Traumverlag, weil er die Kluft zwischen der sogenannten E- und der sogenannten U-Literatur überbrückt. Außerdem hat er mich immer gut behandelt.

---

<sup>906</sup> Das Gespräch wurde am 11.06.2010 geführt und von Bernhard Schlink für diese Arbeit autorisiert.

*Gab es Überlegungen den Verlag zu wechseln? Gab es (nach Ihren Erfolgen) Abwerbungsversuche?*

Bernhard Schlink: Nein.

*Haben Sie einen Literaturagenten?*

Bernhard Schlink: In den USA, nicht in Deutschland.

*Wie ist Ihr Verhältnis zu Lektor/Verlag? Gibt es eine besondere Bindung?*

Bernhard Schlink: Es ist eine sehr freundschaftliche Beziehung.

*Welche Entscheidungsfreiheiten haben Sie in verlagstechnischen Dingen (Cover/Gestaltung/Erscheinungstermin)?*

Bernhard Schlink: Das waren bisher immer einvernehmliche Entscheidungen. Dem Verleger Daniel Keel liegt das Cover sehr am Herzen, und er hat einen erfahrenen, klugen Blick, dem ich vertraue. Ich denke, ich hätte im Fall eines Konflikts ein Vetorecht. Aber ich kann mir den Konflikt eigentlich nicht vorstellen.

*In Ihrem Vortrag „Über die Liebe schreiben“ unterschieden Sie zwischen monetärem und literarischem Erfolg. Gehen beide Erfolgsarten nicht miteinander einher?*

Bernhard Schlink: Literarischer Erfolg bedeutet, dass man gelesen wird, und damit das Buch gelesen wird, muss es gekauft werden.

*Wie kamen Sie auf die Thematik des Analphabetismus im Vorleser?*

Bernhard Schlink: Hanna Schmitz war von Anfang an, d. h. als ich mit der Geschichte zu spielen begann, Analphabetin.

*Wie lange haben Sie an dem Roman gearbeitet?*

Bernhard Schlink: Ich schrieb neben der Arbeit als Professor und Richter – es waren etwa drei Jahre.

*Wieso wollten Sie den Roman erst in den USA erscheinen lassen? Ahnten Sie, dass der Text dort erfolgreich sein wird?*

Bernhard Schlink: Ich fürchtete, dass das Buch in Deutschland missverstanden werden würde. Diese Angst hatte ich bei den USA nicht. Aber dann wollte *Diogenes* den Roman immerhin lesen – und dann auch drucken.

*Welche Reaktionen gab es im Verlag (vom Verleger/Lektor) auf ihr Manuskript in Bezug auf die später im Feuilleton diskutierte inhaltliche Problematik (Vermenschlichung der Täter...)?*

Bernhard Schlink: Keine. Es gab eine Buchhändlerin, die nach der Lektüre des Vorexemplars Bedenken gegen das Buch äußerte.

*Wurde Ihr Roman intern gleich als Bestseller gehandelt?*

Bernhard Schlink: Nein.

*Können Sie sich den Erfolg des Textes erklären? Gibt es eine Art „Erfolgsgeheimnis“?*

Bernhard Schlink: Das Buch handelt von Liebe und Schuld, Treue und Verrat, Vergangenheit und Gegenwart und davon, wie die Furchtbarkeiten der Vergangenheit in die Gegenwart hineinragen – es geht um Probleme, die die Leser berühren und betreffen und über die sie nachdenken und sprechen wollen. Dass das Buch nicht zu schwer zu lesen und nicht zu dick ist, mag auch eine Rolle spielen.

*Wieso war der Roman weltweit, aber vor allem in den USA ein so großer Erfolg? Hängt das auch mit Ihrem Auftritt bei Oprah Winfreys Book Club zusammen?*

Bernhard Schlink: In den USA gibt es viele kleine book clubs, in denen sich vor allem Frauen treffen und über die Bücher sprechen, die sie lesen. Oprah Winfrey erhielt so viele Zuschriften aus diesen book clubs, die ihr *The Reader* empfahlen, dass sie darauf aufmerksam wurde und das Buch in ihre Sendung nahm. Es hat in den USA interessiert, was es für die zweite Generation bedeutet, im Schatten des Holocaust zu leben.

*Warum wurde das Original-Cover des Buches mit einer kleinformatigen Abbildung des Kinoplakates überklebt? Durften Sie mitentscheiden?*

Bernhard Schlink: Der Verlag fragte mich und ich hatte nichts dagegen. Die Buchhändler und die Käufer wollen den Wiedererkennungseffekt des Kinobildes, das übrigens leicht vom Original-Cover abgezogen werden konnte.

Fragen an die Lektorin Ursula Baumhauer<sup>907</sup>

*Seit wann betreuen Sie Bernhard Schlink?*

Ursula Baumhauer: Ich betreue Bernhard Schlink seit seinem Buch *Der Vorleser*.

*Wie ist Ihr Verhältnis?*

Ursula Baumhauer: Unser Verhältnis ist freundschaftlich.

*Wie ist der Ablauf vom Manuskript zum Buch speziell bei Bernhard Schlink? Greifen Sie stark in den Entstehungsprozess ein? Sind Sie auch Ideengeberin für neue Bücher?*

Ursula Baumhauer: In den Entstehungsprozess seiner Bücher greife ich praktisch kaum ein, seine Texte sind bei Abgabe nahezu makellos, die wenigen stilistischen oder inhaltlichen Vorschläge übernimmt Herr Schlink, wenn sie ihm einleuchten. Ideengeberin für neue Bücher bin ich nicht, Bernhard Schlink liefert uns seine Texte ab, wenn sie fertig sind. Meines Wissens gibt er sie im Entstehungsstadium auch niemandem sonst zu lesen.

*Wie sehr sind Sie in den Vermarktungsprozess eingebunden? Was sind hier genau Ihre Aufgaben?*

Ursula Baumhauer: Ich suche – immer in Rücksprache mit dem Autor – das Cover fürs jeweilige Buch, schreibe den Vorschau- und Klappentext und stelle seine Bücher auf der Vertreterkonferenz vor, gebe den Multiplikatoren im Haus die erforderlichen Informationen und Formulierungen.

---

<sup>907</sup> Das Interview wurde per E-Mail zwischen dem 01.07.2010 und dem 20.07.2010 durchgeführt.

*Sind Sie auch verantwortlich für Lesungen oder Auftritte des Autors? Wenn ja, wie gestalten sich hierbei Ihre Aufgabe?*

Ursula Baumhauer: Bei Lesungen und Auftritten beschränkt sich meine Aufgabe auf die Auswahl geeigneter Passagen zum Lesen und die gelegentliche Begleitung, ansonsten ist hier die Hauptverantwortliche die Pressechefin oder Lesungsorganisatorin.

*Sind Sie auch in die Lizenzvergabe involviert? Wenn ja, inwiefern?*

Ursula Baumhauer: In die Lizenzvergabe bin ich nur insofern involviert, als es sich um inhaltliche Fragen handelt.

*Warum passt Bernhard Schlink in das Programm des Diogenes Verlags?*

Ursula Baumhauer: In das Programm des *Diogenes* Verlags passt Bernhard Schlink deshalb so hervorragend, weil es ihm gelingt, umfassende gesellschaftliche Themen mit großer Einfachheit und Klarheit und darüber hinaus unterhaltsam und spannend zu präsentieren. Sein Stil ist von geradezu angelsächsischer Knappheit und Eleganz. Begonnen hat er ja als Autor unserer Krimireihe, auch wenn von Anfang an deutlich war, dass seine Bücher das Genre Kriminalroman weit überschreiten.

*Hat Ihnen das Manuskript des Vorlesers von Anfang an zugesagt?*

Ursula Baumhauer: Ja, das Manuskript *Der Vorleser* hat mich von Anfang an fasziniert.

*Ahnten Sie, welchen Erfolg der Roman nach sich ziehen würde?*

Ursula Baumhauer: Dass es ein so großer Welterfolg werden würde, hat, glaube ich, uns alle überrascht.

*Wie hoch wurde die erste Auflage angesetzt? Warum?*

Ursula Baumhauer: Auflagenzahlen machen wir grundsätzlich nie publik.

*Etwa zeitgleich zur Publikation von Liebesfluchten setzte eine Kritik am Vorleser ein (Stichwort „Vermenschlichung der Täter“). Konnten Sie im Vorfeld (also 1995) bereits solche Reaktionen absehen? Wurde darüber auch im Verlag diskutiert?*

Ursula Baumhauer: Ja, wir haben mögliche Missverständnisse und damit verbundene Kritiken bereits im Vorfeld geahnt und ausführlich diskutiert.

*Sind die Bücher von Bernhard Schlink, die nach dem Vorleser erschienen sind, mit einer höheren Auflagenzahl in den Verkauf gekommen? Konnten Sie den Erfolg für spätere Texte nutzen?*

Ursula Baumhauer: Selbstverständlich werden die Bücher von Bernhard Schlink nach *Der Vorleser* bis heute mit erhöhter Aufmerksamkeit bedacht und verkauft, auch im Ausland, Schlink verkauft seither in Bestsellergrößenordnung. Genaue Zahlen machen wir auch hier nicht publik.

#### Fragen an die Literaturagentin Ingrid Anna Kleihues<sup>908</sup>

*Welche Aufgaben hat ein Agent in Bezug auf den Text?*

Ingrid Anna Kleihues: Ein Agent vermittelt zwischen Autor und Verlag, einen Text, den er für gut befindet.

*Wählt ein Agent seine Autoren aus? Anhand welcher Kriterien?*

Ingrid Anna Kleihues: Der Agent wählt die Autoren aus, die ihn interessieren - oder er sucht (im Sachbuchbereich) für ein Thema den richtigen Autor.

*Arbeitet ein Agent nur für bestimmte Verlage?*

Ingrid Anna Kleihues: Das mag es geben. Ich suche für meinen Autor und sein Thema den richtigen Verlag.

---

<sup>908</sup> Ingrid Anna Kleihues ist Literaturagentin in Stuttgart. Das Interview wurde am 26. und 28.08.2008 per E-Mail und telefonisch durchgeführt.

*Welche Aufgaben erfüllt ein Agent für den Autor und welche für den Verlag?*

Ingrid Anna Kleihues: Der Agent kennt den Markt, die entscheidenden Menschen in den Verlagen, so kann er die optimale Lösung für den Autor und Verlag herbeiführen.

*Was macht ein Agent, um die literarische Qualität von Texten zu sichern?*

Ingrid Anna Kleihues: Das wird unterschiedlich gehandhabt. Der Agent berät den Autor, und er wird das Manuskript erst dann anbieten, wenn es seinen Vorstellungen entspricht.



## Literaturverzeichnis

Adams, Jeffrey: *Narcissism and Creativity in the Postmodern Era: The Case of Patrick Süskind's Das Parfum*, in: *The Germanic Review*, 2000 Fall, 75 (4), S. 259-79.

Adler, Jeremy: *Letters to the Editor*, in: *Times Literary Supplement* vom 22.03.2002. Auf Deutsch: Jeremy Adler: *Die Kunst, Mitleid mit den Mördern zu erzwingen*, in: *Süddeutsche Zeitung* vom 20.04.2002.

Adorno, Theodor W.: *Kulturkritik und Gesellschaft*, in: ders.: *Kulturkritik und Gesellschaft I. Prismen. Ohne Leitbild* (Gesammelte Schriften 10.1), Frankfurt am Main 1977, S. 11-30.

Adorno, Theodor W.: *Résumé über Kulturindustrie*, in: ders.: *Ohne Leitbild. Parva Aesthetica*, Frankfurt am Main <sup>4</sup>1970, S. 60-70.

Albrecht, Wolfgang: *Literaturkritik*, Stuttgart, Weimar 2001.

Alder, Ken: *A Passion for Precision*, in: *American Scientist* 95, May/June 2007, S. 273f.

Alings, Gabriele: *Dufte. Patrick Süskinds "Parfum" - ein Mörder auf der Suche nach dem Duft aller Düfte*, in: *Die Tageszeitung* vom 04.04.1985.

Alison, Jane: *The third Victim in Bernhard Schlink's Der Vorleser*, in: *The Germanic Review* 81 2006, 2, S. 163-177.

Aly, Götz: *Endlösung, Völkerverschiebung und der Mord an den europäischen Juden*, Frankfurt am Main 1995.

Anderegg, Jörg: *Fiktionalität. Schematismus und Sprache der Wirklichkeit. Methodologisch Überlegungen*, in: ders. (Hrsg.): *Unterhaltungsliteratur. Zu ihrer Theorie und Verteidigung*. Mit Beiträgen von Johannes Anedregg, Jörg Hienger, Kasper H. Spinner, Göttingen 1976, S. 7-31.

Anderson, Mark M.: *Humboldt's Gift*, in: *The Nation* (New York), Volume 284, Number 17 vom 30.04.2007, auch online in: Homepage von *The Nation*, URL: <http://www.thenation.com/article/humboldts-gift> (letzter Zugriff am 23.8.2011).

Annan, Gabriele: *Thoughts about Hanna*, in: *London Review of Books* vom 30.10.1997, S. 22f.

Anz, Thomas: *Theorien und Analysen zur Literaturkritik und zur Wertung*, in: Thomas Anz; Rainer Baasner (Hrsg.): *Literaturkritik. Geschichte – Theorie – Praxis*, München 2004, S. 194-219.

APA: *Detlev Buck will Kehlmanns "Vermessung der Welt" verfilmen*, in: Homepage von *Der Standard*, URL: <http://derstandard.at/1259282208228/Detlev-Buck-will-Kehlmanns-Vermessung-der-Welt-verfilmen> (letzter Zugriff am 08.09.2011).

Arens, Peter: *Die Vorleser kommen!* In: Homepage von ZDF, URL: <http://vorleser.zdf.de/ZDFde/inhalt/7/0,1872,7600071,00.html> (letzter Zugriff am 13.12.2010).

Arnold, Heinz Ludwig (Hrsg.): *Daniel Kehlmann. Text + Kritik* 177, München 2008.

Arnold, Katharina: *Von Erdäpfeläckerchen und goldenen Flakons. Triviale Elemente in postmoderner Literatur am Beispiel von Robert Schneiders „Schlafes Bruder“ und Patrick Süskinds „Das Parfum“*, Marburg 2008.

Augstein, Jakob: *Der Handlungsreisende*, in: *Die Zeit* Nr. 48 vom 24.11.2005.

Aust, Stefan; Schnibben, Cordt: *11. September, Geschichte eines Terrorangriffs*, München 2002.

Backhaus, Klaus: *Industriegütermarketing*, 7., erweiterte und überarbeitete Auflage, München 2003.

Baensch, Robert E.: *The Publishing Industry in China*, New Brunswick, NJ 2005.

Barbetta, María Cecilia: *Poetik des Neo-Phantastischen. Patrick Süskinds Roman „Das Parfum“* (Epistemata Würzburger Wissenschaftliche Schriften Reihe Literaturwissenschaft Band 354 – 2002), Würzburg 2002.

Barber, Benjamin R.: *Consumed! Wie der Markt Kinder verführt, Erwachsene infantilisiert und die Bürger verschlingt*, München 2007.

Baron, Ulrich: *Das Buch, auf das wir lange gewartet haben*, in: *Die Welt* vom 10.11.1999, auch in: Homepage von *Die Welt*, URL: [http://www.welt.de/print-welt/article589875/Das\\_Buch\\_auf\\_das\\_wir\\_lange\\_gewartet\\_haben.html](http://www.welt.de/print-welt/article589875/Das_Buch_auf_das_wir_lange_gewartet_haben.html) (letzter Zugriff am 06.09.2012).

Barthes, Roland: *Die Kritik*, in: ders.: *Am Nullpunkt der Literatur. Literatur oder Geschichte. Kritik und Wahrheit*, aus dem Französischen von Helmut Scheffel, Frankfurt am Main 2006, S. 221-228.

Barthes, Roland: *Die Lust am Text*. Aus dem Französischen von Traugott König, Frankfurt am Main 1990.

Baron, Ulrich: *Das Buch, auf das wir lange gewartet haben*, in: Homepage von *Die Welt*, URL: [http://www.welt.de/print-welt/article589875/Das\\_Buch\\_auf\\_das\\_wir\\_lange\\_gewartet\\_haben.html](http://www.welt.de/print-welt/article589875/Das_Buch_auf_das_wir_lange_gewartet_haben.html) (letzter Zugriff am 17.09.2012).

Baßler, Moritz: *Der deutsche Pop-Roman. Die neuen Archivisten*, München 2002.

Bauer, Beate: *Wieviel darf Leselust kosten? Über die Kommerzialisierung des Buchmarktes*, in: Klaus Maiwald, Peter Rosner (Hrsg.): *Lust am Lesen* (Schrift in Bild und Bewegung, Bd. 2), Bielefeld 2001, S. 151-171.

Bazié, Isaac: *Literaturnobelpreis, Pressekritik, Kanonbildung. Die kritische Reaktion der deutschsprachigen, französischen und englischen Presse auf den Literaturnobelpreis von 1984 bis 1994*, Würzburg 1999.

Becker, Jochen: *Marketing Konzeption: Grundlagen des strategischen Marketing-Managements*, 3. verbesserte und ergänzte Auflage, München 1990.

Beckermann, Thomas: *Kritiker – Lektor – Autor*, in: *Über Literaturkritik. Text + Kritik. Zeitschrift für Literatur* Nr. 100, Oktober 1988, S. 77-81.

Behrens, Roger: *Kulturindustrie* (Bibliothek didaktischer Grundbegriffe, Bd. 15), Bielefeld 2004.

Benkerts, Julia: *Duft und Distanz*, Fernsehfeature von 2006.

Benrui, Lu: *Chinas Buchmarkt hat Zukunft*, in: Petra E. Dorsch, Konrad H. Teckentrup: *Buch und Lesen International. Berichte und Analysen zum Buchmarkt und zur Buchmarkt-Forschung*, Gütersloh 1981, S. 233-244.

Berenberg, Heinrich von: *Geschäft und Kritik. Bemerkungen aus dem Verlagsalltag*, in: Fritz Nies, Bernd Kortländer (Hrsg.): *Literaturimport und Literaturkritik: das Beispiel Frankreich* (TRANSFER Materialien zur Literaturübersetzung 9), Tübingen, Düsseldorf 1996, S. 53-57.

Berndt, Ralph; Fantapié Altobelli, Claudia; Sander, Matthias: *Internationales Marketing-Management*, 3., überarbeitete und erweiterte Auflage mit 180 Abbildungen, Berlin, Heidelberg 2005.

Bernholz, Peter: *Grundlagen der Politischen Ökonomie*, 1. Band, Tübingen 1972.

Bialik, Włodzimierz: *Johannes Mario Simmel oder Der unvermeidliche Erfolg. Erzähl- und Verkaufsstrategien des Unterhaltungsromans in der Bundesrepublik Deutschland*, Poznań 1987.

BIZ Peking: *Buchmarkt China*, in: Homepage von *Frankfurter Buchmesse*, URL: [http://www.buchmesse.de/bilder/buchmesse/buchmarkt\\_china\\_2012\\_aktuell.pdf](http://www.buchmesse.de/bilder/buchmesse/buchmarkt_china_2012_aktuell.pdf) (letzter Zugriff am 10.09.2012).

Blamberger, Günter: *Cur der Geister oder Die Kunst des Abstands. Rede zur Verleihung des Kleist-Preises an Daniel Kehlmann am 19. November 2006 in Berlin*, in: *Kleist-Jahrbuch* 2007, S. 3-8.

Blaschke, Olaf; Schulze, Hagen (Hrsg.): *Geschichtswissenschaft und Buchhandel in der Krisenspirale? Eine Inspektion des Feldes in historischer, internationaler und wirtschaftlicher Perspektive*, München 2006.

Blasberg, Cornelia: *Geschichte als Palimpsest. Schreiben und Lesen über die „Kinder der Täter“*, in: *Deutsche Vierteljahresschrift für Literaturwissenschaft und Geistesgeschichte*, Heft 2/2002, S. 464-495.

Blöck, Margit; Langenbucher, Wolfgang R.: *Das Buch in einer sich wandelnden Medienwelt*, in: Rainer Diederichs, Ulrich Saxer, Werner Stocker (Hrsg.): *Buchbranche*

im Wandel. Zum 150-jährigen Bestehen des Schweizerischen Buchhändler- und Verleger-Verbandes, Zürich 1999, S. 69-97.

Blöcker, Günter: *Literaturkritik*, in: ders., Friedrich Luft, Will Grohmann, H. H. Stuckenschmidt: *Kritik in unserer Zeit. Literatur – Theater – Musik – Bildende Kunst*. Mit einem Vorwort von Karl Otto, Göttingen 1960, S. 5-27.

Blomberg, Katja: *Ein „Vorleser“ für alle*, in: Homepage von *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, URL: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/literatur-ein-vorleser-fuer-alle-170763.html> (letzter Zugriff: 09.09.2012).

Bluhm, Lothar: *„Die Würde des Menschen ist unantastbar.“ Anmerkungen zu Bernhard Schlinks Roman „Der Vorleser“*, in: Volker Wehdeking, Anne-Marie Corbin (Hrsg.): *Deutschsprachige Erzählprosa seit 1990 im europäischen Kontext. Interpretationen, Intertextualität, Rezeption*, Trier 2003, S. 149-161.

Bönt, Ralf: *Die Entdeckung des Lichts*, Köln 2009.

Böttiger, Helmut: *Und immer wird gerade jemand anderes geküsst*, in: Homepage von *Süddeutsche Zeitung*, URL: <http://www.sueddeutsche.de/kultur/literatur-und-immer-wird-gerade-jemand-anderes-gekuesst-1.797780> (letzter Zugriff am 09.09.2012).

Bofinger, Peter: *Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. Eine Einführung in die Wissenschaft von Märkten*, München 2003.

Bolz, Norbert: *Die Konformisten des Andersseins. Ende der Kritik*, München 2001.

Bourdieu, Pierre: *Die Regeln der Kunst. Genese und Struktur des literarischen Feldes*, übersetzt von Bernd Schwibs und Achim Russer, Frankfurt am Main 1999.

Brazaitis, Kristina: *What would you have done? The dilemma of the Reader*, in: *Journal of Genocide Research* 2004, 6(4) December, S. 583-599.

Breyer-Mayländer, Thomas; Huse, Ulrich Ernst; Koenigsmarck, Michaela von; Münch, Roger: *Wirtschaftsunternehmen Verlag. Buch-, Zeitschriften- und Zeitungsverlage: Distribution – Marketing – Rechtsgrundlagen – Redaktion/Lektorat*, Frankfurt am Main 2001.

Briegleb, Till: *Kanonenkugeln über Göttingen. Daniel Kehlmann verknotet die Biografien zweier deutscher Genies zu einem faszinierenden Roman*, in: *Financial Times Deutschland* vom 30.09.2005.

Britt, Aaron: *Weird Science in Germany*, in: *San Francisco Chronicle* vom 12.11.2006, auch online in: Homepage von *San Francisco Chronicle*, URL: [http://articles.sfgate.com/2006-11-12/books/17318953\\_1\\_carl-friedrich-gauss-novel-measuring](http://articles.sfgate.com/2006-11-12/books/17318953_1_carl-friedrich-gauss-novel-measuring) (letzter Zugriff am 09.09.2012).

Britting, Klaus: *Was, auch Sie haben ein Buch geschrieben?* In: *Verlagssuche: Alles, was Sie zum Thema Schreiben und Veröffentlichen wissen müssen*, Frankfurt am Main 2007, S. 15-33.

*Buch und Buchhandel in Zahlen*, Frankfurt am Main 2001.

Bulirsch, Roland Z.: *Weltfahrt als Dichtung. Laudatio auf Daniel Kehlmann*, in: *Sinn und Form* 58 2006, 6, S. 846-852.

Byatt, Antonia S.: *The reader, once more*, in: *Prospect* April 1998, S. 70-71. Auch online: in: Homepage von *Prospect*, URL: <http://www.prospectmagazine.co.uk/1998/04/thereaderoncemore/> (letzter Zugriff am 09.09.2012).

Cassel, Dieter: *Wettbewerb der Systeme. Politische, wirtschaftliche und technologische Determinanten*, in: ders. (Hrsg.): *Wirtschaftssysteme im Umbruch. Sowjetunion, China und industrialisierte Marktwirtschaften zwischen internationalem Anpassungszwang und nationalem Reformbedarf*, München 1990, S. 1-13.

Cersowsky, Peter: *Patrick Süskind: Das Parfum. Die Geschichte eines Mörders*, in: Sabine Schneider (Hrsg.): *Lektüren für das 21. Jahrhundert. Klassiker und Bestseller der deutschen Literatur von 1900 bis heute*, Würzburg 2005, S. 121-139.

Charles, Ron: *Weird Science*, in: *Washington Post* vom 26.11.2007, auch online in: Homepage von *Washington Post*, URL: <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2006/11/22/AR2006112201545.html> (letzter Zugriff am 10.09.2012).

Chisholm, Kate: *Stung by a dark cloud*, in: Homepage von *The Telegraph*, URL: <http://www.telegraph.co.uk/culture/books/3664323/Stung-by-a-dark-cloud.html> (letzter Zugriff am 10.09.2012).

Colbert, François: *Kultur- und Kunstmarketing. Ein Arbeitsbuch*. Unter Mitarbeit von Jacques Nantel, Suzanne Bilodeau, William D. Poole, Wien, New York 1999.

Corngold, Stanley: „Fürsorge beim Vorlesen“: *Bernhard Schlink's Novel Der Vorleser*, in: Dieter Borchmeyer (Hrsg.): *Signaturen der Gegenwartsliteratur. Festschrift für Walter Hinderer*, Würzburg 1999, S. 247-255.

Crownshaw, Rick: *Reading Der Vorleser, Remembering the Perpetrator*, in: Stuart Taberner, Karina Berger (Hrsg.): *Germans as Victims in the Literary Fiction of the Berlin Republic*, Rochester 2009, S. 147-161.

CZZ: „Der Vorleser“ vorgelesen, in: *Neue Züricher Zeitung* vom 30.11.2005.

*Das literarische Quartett*, Sendung vom 14.12.1995, ZDF.

Davis, Gill: *Beruf: Lektor*, Friedrichsdorf 1995.

Degler, Frank: *Asthetische Reduktionen. Analysen zu Patrick Süskinds 'Der Kontrabaß', 'Das Parfum' und 'Rossini'*, Berlin, New York 2003.

Deißner, David; Lindemann, Thomas: *Ist „Der Vorleser“ ein großer Roman?* In: *Welt am Sonntag* vom 07.10.2007.

Delany, Paul: *Literature, Money and the Market. From Trollope to Amis*, Hampshire, New York 2002.

Delius, Mara: *Was nutzen noch Bestseller?* In: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* Nr. 95 vom 24. April 2009, S. 34.

Denkler, Horst: *Von chinesischen Pferden und deutschen Missionaren. China in der deutschen Literatur – deutsche Literatur für China*, in: *The German Quarterly*, 60 (1987), S. 377-387.

Deutschlandstiftung Integration (Hrsg.): *Sarrazin – Eine Deutsche Debatte*, München 2010.

Dittberner, Hugo: *Der Mann in der Arena. Über Marcel Reich-Ranicki*, in: *Über Literaturkritik. Text + Kritik. Zeitschrift für Literatur* Nr. 100, Oktober 1988, S. 10-22.

Dörfler, Heinz : *Moderne Romane im Unterricht: Modelle und Materialien zu: Tauben im Gras von Wolfgang Koeppen, Horns Ende von Christoph Hein, Das Parfum von Patrick Süskind, Cassandra von Christa Wolf, Das Treffen in Telgte von Günter Grass, Brandung von Martin Walser*, Frankfurt am Main 1988.

Doerry, Martin; Hage, Volker: „*Ich lebe in Geschichten*“, in: *Der Spiegel* vom 24.01.2000.

Domarus, Max: *Hitler: Reden und Proklamationen. 1932-1945*, München 1995.

Donahue, William Collins: *Der Holocaust als Anlass zur Selbstbemitleidung. Geschichtsschüchternheit in Bernhard Schlinks „Der Vorleser“*, in: Stephan Braese (Hrsg.): *Rechenschaften. Juristischer und literarischer Diskurs in der Auseinandersetzung mit den NS-Massenverbrechen*, Göttingen 2004, S. 177-197.

Donahue, William Collins: *Illusions of subtlety: Bernhard Schlink's Der Vorleser and the moral limits of Holocaust Fiction*, in: *German Life and Letters*, 54/1, January 2001, S. 60-81.

Donahue, William Collins: *Revising '68: Bernhard Schlink's Der Vorleser, Peter Schneider's Vati, and the Question of History*, in: *Seminar. A Journal of Germanic Studies, Special Theme Issue: Beyond Ostalgie: East and West German Identity in Contemporary German Culture*, Vol. XL, No. 3, September 2003, S. 293-311.

Drews, Jörg: *Über den Einfluss von Buchkritiken in Zeitungen auf den Verkauf belletristischer Titel in den achtziger Jahren*, in: Wilfried Barner (Hrsg.): *Literaturkritik – Anspruch und Wirklichkeit. DFG-Symposium 1989*, Stuttgart 1990, S. 461-473.

Durrani, Osman: *The Virtues of Perfume, or the Art of Vanishing without Trace. Grotesque Elements in Patrick Süskind's Das Parfum*, in: Neil Thomas (Hrsg.): *German Studies at the Millennium*, Durham 1999, S. 224-242.

Durzak, Manfred: *Opfer und Täter im Nationalsozialismus. Bernhard Schlinks Der Vorleser und Stephan Hermlins Die Kommandeuse*, in: *Literatur für Leser* 2000, Heft 4, S. 203-213.

Durzak, Manfred: *Postmoderne und Spätmoderne: Erzählerische Tendenzen der achtziger Jahre*, in: Wilfried Barner (Hrsg.): *Geschichte der deutschen Literatur von 1945 bis zur Gegenwart*, München 1994, S. 814-842.

Duve, Karen: *Regenroman*, Frankfurt am Main <sup>2</sup>2001.

Dwyer, Jim; Flynn, Kevin: *One Hundred and Two Minutes: The Untold Story of the Fight to Survive Inside the Twin Towers*, New York 2005.

Eco, Umberto: *Die Bücher und das Paradies. Über Literatur*, München, Wien 2003.

Echterhölter, Anna: *Schöner berichten. Alexander von Humboldt, Hubert Fichte und Daniel Kehlmann in Venezuela*, in: *Kultur & Gespenster* 1 2006, S. 72-83, hier S. 74. Auch online in: Homepage von *Textem Verlag*, URL: [http://www.textem.de/fileadmin/kundg/inhalt/Nr\\_1/Echterh%F6lter.pdf](http://www.textem.de/fileadmin/kundg/inhalt/Nr_1/Echterh%F6lter.pdf) (letzter Zugriff am 10.09.2012).

Enzensberger, Hans Magnus: *Rezensenten-Dämmerung*, in: ders.: *Mittelmaß und Wahn. Gesammelte Zerstreuungen*, Frankfurt am Main 1988, S. 53-60.

Escarpit, Robert: *Das Buch und der Leser. Entwurf einer Literatursoziologie*, Köln, Opladen 1961.

esch: *In beiden Welten daheim: Bernhard Schlink – der Romancier als Pressevertreter*, in: Homepage von *Der Tagesspiegel*, URL: [www.tagesspiegel.de/berlin/in-beiden-welten-daheim-bernhard-schlink-der-romancier-als-pressevertreter/125354.html](http://www.tagesspiegel.de/berlin/in-beiden-welten-daheim-bernhard-schlink-der-romancier-als-pressevertreter/125354.html) (letzter Zugriff am 12.09.2012).

Ette, Ottmar: *Alexander von Humboldt und die Globalisierung*, Frankfurt am Main, Leipzig 2009.

Ette, Ottmar: *Nach der Kehlmannisierung: Überlegungen zu einem Bestseller und Daniel Kehlmanns vermessener Welt*, in: Hartmut Hecht et al. (Hrsg.): *Kosmos und Zahl: Beiträge zur Mathematik- und Astronomiegeschichte, zu Alexander von Humboldt und Leibniz*, Stuttgart 2008, S. 191-199.

Eucken, Walter: *Grundsätze der Wirtschaftspolitik*, hrsg. von Edith Eucken und K. Paul Hensel, 6., durchgesehene Auflage, Tübingen 1990.

Eucken, Walter: *Über die Gesamtrichtung der Wirtschaftspolitik (1946)*, in: ders.: *Ordnungspolitik*, hrsg. von Walter Oswalt, Münster 1999, S. 1-24.

Faulstich, Werner: *Bestandsaufnahme Bestseller-Forschung. Ansätze – Methoden – Erträge*, Wiesbaden 1983.

Faulstich, Werner [Art.]: *Bestseller*, in: Klaus Weimar (Hrsg.): *Reallexikon der deutschen Literaturwissenschaft*, Neubearbeitung des Reallexikons der deutschen Literaturgeschichte, Band I, Berlin, New York 1997, S. 217-219.

Faulstich, Werner; Strobel, Riccarda: *Bestseller als Marktphänomen. Ein quantitativer Befund zur internationalen Literatur 1970 in allen Medien*, Wiesbaden 1986.

Feng, Yaling: *Die Geschichte holt einen doch wieder ein – Über den Roman Der Vorleser von Bernhard Schlink*, in: *Literaturstraße. Chinesisch-deutsches Jahrbuch für Sprache, Literatur und Kultur*, Band 2 – 2001, S. 309-321.

Ferchl, Wolfgang: *Vertreibung aus dem Paradies? Literatur unter den Bedingungen des Marktes*, in: Hannes Luxbacher, Andreas R. Peternell, Werner Schandor (Hrsg.): *Big Business Literatur,-- Reflexionen über den Marktwert der Literatur*, Wien 2002, S. 8-18.

Fischer, Ernst: *Einleitung*, in: ders. (Hrsg.): *Literarische Agenturen – die heimlichen Herrscher im Literaturbetrieb?* (Mainzer Studien zur Buchwissenschaft 11), Wiesbaden 2001, S. 7-15.

Fischer, Ernst: *Marktinformation und Lektüreimpuls. Zur Funktion von Bücher-Charts im Literatursystem*, in: Heinz Ludwig Arnold, Matthias Beilein (Hrsg.): *Literaturbetrieb in Deutschland*, Neufassung, München <sup>3</sup>2009, S. 200-218.

Fischer, Michael: *Ein Stänkerer gegen die Deo-Zeit*, in: *Der Spiegel*, Nr. 10/1985, 04.03.1985.

Fischer, Walter Boris: *Kommunikation und Marketing für Kulturprojekte*, Bern, Stuttgart, Wien 2001.

Fischer-Lichte, Erika: *Auf dem Weg zu einer performativen Kultur*, in: *Paragrana. Internationale Zeitschrift für Historische Anthropologie*, Band 7, 1998, Heft 1, S. 13-29.

Fischer-Marum, Andrée: *Träumen Sie vom Bestseller?* In: *Berliner Lesezeichen. Literaturzeitung. Thema: Bestseller, Schmöker, Ratgeber*, 2. Jahrgang, Heft 8/9, August/September 1994, S. 64-66.

Fleming, Bruce S.: *The Smell of Success: A Reassessment of Patrick Süskind's Das Parfum*, in: *South Atlantic Review*, 1991 Nov; 56 (4), S. 71-86.

Förster, Nikolaus: *Die Wiederkehr des Erzählens. Deutschsprachige Prosa der 80er und 90er Jahre*, Darmstadt 1999.

Foltin, Hans Friedrich; Oldewage, Anke: *Lesekultur heute und morgen. Fakten und Perspektiven*, in: Petra Bohnsack, Hans Friedrich Foltin (Hrsg.): *Lesekultur. Populäre Lesestoffe von Gutenberg bis zum Internet* (Schriften der Universitätsbibliothek Marburg 93), Marburg 1999, S. 279-287.

Foroutan, Naika (Hrsg.): *Sarrazins Thesen auf dem Prüfstand: Ein empirischer Gegenentwurf zentraler Thesen Thilo Sarrazins mit Bezug auf Muslime in Deutschland*, Berlin 2010.

Freudenthal, David: *Zeichen der Einsamkeit. Sinnstiftung und Sinnverweigerung im Erzählen von Patrick Süskind* (POETICA. Schriften zur Literaturwissenschaft Band 80), Hamburg 2005.

Frizen, Werner: *Das gute Buch für jedermann oder Versus Prometheus. Patrick Süskinds „Das Parfum“*, in: *Deutsche Vierteljahresschrift für Literaturwissenschaft und Geistesgeschichte*, 68/4, Dez. 1994, S. 757-786.



Fuld, Werner: *Drama eines zerstörten Lebens*, in: *Focus* vom 30.09.1995.

Gasser, Markus: *Daniel Kehlmanns unheimliche Kunst*, in: *Text + Kritik. Zeitschrift für Literatur*, Nr. 177 (I/08), S. 12-29.

Gasser, Markus: *Das Königreich im Meer. Daniel Kehlmanns Geheimnis*, Göttingen 2010.

Geier, Manfred: *Die Brüder Humboldt*, Reinbek bei Hamburg 2009.

Genette, Gérard: *Paratexte. Das Buch vom Beiwerk des Buches*. Mit einem Vorwort von Harald Weinrich. Aus dem Französischen von Dieter Hornig, Frankfurt am Main, New York 1989.

Gente, Peter: „Du hast keine Chance, nutze sie!“, in: Fritz Nies, Bernd Kortländer (Hrsg.): *Literaturimport und Literaturkritik: das Beispiel Frankreich* (TRANSFER, Düsseldorf Materialien zur Literaturübersetzung 9), Tübingen 1996, S.64-67.

Gerbner, George; Gross, Larry; Morgan, Michael; Signorielli, Nancy; Shanahan, James: *Growing up with Television. The cultivation perspective*, in: Jennings Bryant, Dolf Zillmann (Hrsg.): *Media effects. Advances in theory and research*, Hillsdale 1994, S. 17-41.

German Book Office, New York: *The United States Book Market*, in: Homepage von Frankfurter Buchmesse, URL: [http://www.buchmesse.de/pdf/buchmesse/buchmarkt\\_usa.pdf](http://www.buchmesse.de/pdf/buchmesse/buchmarkt_usa.pdf) (letzter Zugriff am 26.08.2012).

Gieselbusch, Hermann et al. (Hrsg.): *100 Jahre Rowohlt. Eine illustrierte Chronik*, Reinbek bei Hamburg 2008.

Görtz, Franz Josef: o.T., Frankfurt am Main 1994.

Goldhagen, Daniel Jonah: *Hitlers willige Vollstrecker. Ganz gewöhnliche Deutsche und der Holocaust*, München 1996.

Gollner, Helmut : *Auf Besuch beim deutschen Geist*, in: *Literatur und Kritik* 2005, 397/398, S. 79-81.

Graf, Guido: „Was ist die Luft unserer Luft?“ *Die Gegenwart der Vergangenheit in neuen deutschen Romanen*, in: Wieland Freund, Winfried Freund (Hrsg.): *Der deutsche Roman der Gegenwart*, München 2001, S. 17-28.

Graf, Werner: *Der Sinn des Lesens. Modi der literarischen Rezeptionskompetenz (Leseforschung Band 1)*, Münster 2004.

Grau, Renate: *Ästhetik-Ingenieure. Internationale Belletristik auf dem deutschsprachigen Buchmarkt*, in: Evi Zemanek, Susanne Krones (Hrsg.): *Literatur der Jahrtausendwende. Themen, Schreibverfahren und Buchmarkt um 2000*, Bielefeld 2008, S. 401-412.

Greco, Alberto N.; Rodriguez, Clara E.; Wharton, Robert M.: *Changes in the Book-Publishing Industry 1945-2005*, in: dies. (Hrsg.): *The Culture and Commerce of Publishing in the 21<sup>st</sup> Century*, Stanford 2007, S. 3-35.

Greco, Alberto N.; Rodriguez, Clara E.; Wharton, Robert M.: *Commercial and Scholarly Book Publishing*, in: dies. (Hrsg.): *The Culture and Commerce of Publishing in the 21<sup>st</sup> Century*, Stanford 2007, S. 36-81.

Greiner, Ulrich: *Das Verschwinden der Kritik*, in: ders.: *Mitten im Leben. Literatur und Kritik*, Frankfurt am Main 2000, S. 229-241.

Griep, Wolfgang: *Der Kehlmann-Kanal*, in: *Die Zeit* vom 20.04.2007. Auch online, in: Homepage von *Die Zeit*, URL: <http://www.zeit.de/online/2007/16/L-Kehlmann> (letzter Zugriff am 13.09.2012).

Grimm, Florian: *Reise in die Vergangenheit Reise in die Fantasie? Tendenzen des postmodernen Geschichtsromans*, Frankfurt am Main u. a. 2008 [zugl. Mainz, Univ., Diss., 2006].

Groothuis, Rainer: *Wie kommen die Bücher auf die Erde? Über Verleger und Autoren, Verkäufer und das schöne Buch*, überarbeitete und erweiterte Neuauflage, Köln 2007.

Grundmann, Herbert: *Vom Verhältnis des Buchhandels zu Gesellschaft und Staat*, in: ders.: *Buchhandel zwischen Geist und Kommerz. Grundsätzliches aus drei Jahrzehnten*, Bonn 1984, S. 136-144.

Haefs, Wilhelm: *"Deutschlands literarischer Superstar"? Daniel Kehlmann und sein Erfolgsroman "Die Vermessung der Welt" im literarischen Feld*, in: Markus Joch et al. (Hrsg.): *Mediale Erregungen? Autonomie und Aufmerksamkeit im Literatur- und Kulturbetrieb der Gegenwart* (Studien und Texte zur Sozialgeschichte der Literatur Band 118), Tübingen 2009, S. 233-251.

Hage, Volker: *Autoren unter Generalverdacht*, in: *Der Spiegel* vom 09.04.2002.

Hage, Volker: *Die Enkel kommen*, in: *Der Spiegel* vom 11.10.1999, S. 244-254.

Hage, Volker: *Gewicht der Wahrheit*, in: *Der Spiegel* vom 29.03.1999.

Hage, Volker: *„Ich habe sehr gelitten“*, in: ders.: *Kritik für Leser. Vom Schreiben über Literatur*, Frankfurt am Main 2009, S. 148-154.

Hage, Volker: *Telefoninterview: „Jetzt ist alles gut“. Der Schriftsteller Daniel Kehlmann über den Wahlsieg Barack Obamas*, in: ders.: *Kritik für Leser. Vom Schreiben über Literatur*, Frankfurt am Main 2009, S. 133-136.

Hamm, Ingrid; Hart, Thomas (Hrsg.): *Kommunikationsordnung 2010. Märkte und Regulierung im interaktiven Zeitalter*, Gütersloh 2001.

Hammond, Mary: *Reading, publishing and the formation of literary taste in England, 1880-1914*, Aldershot 2006.

Harding, Luke: *Unlikely bestseller heralds the return of lightness and humour to German literature*, in: *The Guardian* (London) vom 19.07.2006, auch online in: Homepage von *Guardian*, URL: <http://www.guardian.co.uk/world/2006/jul/19/books.germany> (letzter Zugriff am 18.09.2012).

Harenberg, Bodo: *Innovatives Verlagsmarketing*, in: Hero Kind (Hrsg.): *Buchmarketing. Was sich in Gesellschaft und Handel ändert. Worauf sich Verlage einstellen müssen*, Düsseldorf u. a. 1994, S. 117-128.

Hart, Josephine: *The Reader, The Writer*, in: *Telegraph Magazine* vom 19.09.1999, S. 60-64, auch online in: Homepage von *Josephine Hart*, URL: <http://josephinehart.co.uk/thereader.htm> (letzter Zugriff am 30.11.2010).

Haslinger, Josef; Treichel, Hans-Ulrich: *Vorwort*, in: dies. (Hrsg.): *Wie werde ich ein verdammt guter Schriftsteller? Berichte aus der Werkstatt*, Frankfurt a. M. 2005, S. 7-10.

Heberer, Thomas: *Gesellschaft im Umbruch*, in: *Volksrepublik China. Informationen zur politischen Bildung* 289, 4/2005, S. 33-46.

Heigenmoser, Manfred: *Erläuterungen und Dokumente. Bernhard Schlink: Der Vorleser*, Stuttgart 2005.

Heine, Matthias: *Humboldt und Gauß sind lustig auf der Bühne*, in: Homepage von *Die Welt*, URL: <http://www.welt.de/kultur/article2502368/Humboldt-und-Gauss-sind-lustig-auf-der-Buehne.html> (letzter Zugriff am 14.09.2012).

Heydebrand, Renate von; Winko, Simone: *Einführung in die Wertung von Literatur. Systematik – Geschichte – Legitimation*, Paderborn 1996.

Hinck, Walter: *Der Literaturkritiker als Sansculotte?* In: ders.: *Germanistik als Literaturkritik. Zur Gegenwartsliteratur*, Frankfurt am Main 1983, S. 11-14.

Hinck, Walter: *Der Literaturkritiker – nicht Vormund, sondern Partner des Autors*, in: Franz Josef Görtz, Gert Ueding: *Gründlich verstehen. Literaturkritik heute*, Frankfurt am Main 1985, S. 62-72.

Hinck, Walter: *Wahrnehmung des Lebens. Vom Schreiben im Nebenberuf. Die Erzähler Erwin Wickert, Hans Graf von der Goltz und Bernhard Schlink*, Bonn 2008.

Hocke, Thomas: *Duftige Mordrätsel aus dem Paris Watteaus. Erzähl-Debüt: Patrick Süskinds Roman "Das Parfum"*, in: *Rheinischer Merkur/Christ und Welt* vom 23.03.1985.

Hoesterey, Ingeborg: *Verschlungene Schriftzeichen. Intertextualität von Literatur und Kunst in der Moderne/Postmoderne*, Frankfurt am Main 1988.

Hoesterey, Ingeborg: *Filmadaption und Intermedialität: Patrick Süskinds Roman Das Parfum in Tom Tykwers Regie*, in: Paul Michael Lützeler, Stephan K. Schindler (Hrsg.): *Gegenwartsliteratur. Ein germanistisches Jahrbuch/A German Studies Yearbook* 7/2008, *Schwerpunkte Literatur und Film. Literatur und Erinnerung*, S. 30-44.

Hoesterey, Ingeborg: *Pastiche. Cultural Memory in Art, Film, Literature*, Bloomington 2001.

Hoffmann, Hilmar: *Kultur für alle. Perspektiven und Modelle*, erweiterte und aktualisierte Auflage, Frankfurt am Main 1981.

Hohendahl, Peter Uwe: *Promotor, Konsumenten, Kritiker. Zur Rezeption des Bestsellers*, in: Reinhold Grimm, Jost Hermand (Hrsg.): *Popularität und Trivialität*, Frankfurt am Main 1974, S. 169-210.

Holman, Valerie: *Print for victory. Book publishing in England 1939-1945*, London 2008.

Holzer, Kerstin: *Des Zauberlehrlings Meisterprüfung. Ziemlich clever und unverschämt erfolgreich: Daniel Kehlmann ist Deutschlands literarischer Superstar*, in: *Focus* 10/2006, S. 72-74.

Holzmeier, Carolin: *Die Netzwerker im Literaturbetrieb*, in: Heinz Ludwig Arnold, Matthias Beilein (Hrsg.): *Literaturbetrieb in Deutschland*, 3. Auflage, Neufassung, München 2009, S. 47-58.

Homepage von *Amazon*, URL: [http://www.amazon.de/Das-Parfum-Geschichte-eines-M%C3%B6rders/dp/3257228007/ref=sr\\_1\\_1?ie=UTF8&qid=1304006830&sr=8-1](http://www.amazon.de/Das-Parfum-Geschichte-eines-M%C3%B6rders/dp/3257228007/ref=sr_1_1?ie=UTF8&qid=1304006830&sr=8-1) (letzter Zugriff: 28.04.2011).

Homepage von *Amazon*, URL: [http://www.amazon.de/Vorleser-Bernhard-Schlink/dp/3257229534/ref=sr\\_1\\_1?s=books&ie=UTF8&qid=1292233058&sr=1-1](http://www.amazon.de/Vorleser-Bernhard-Schlink/dp/3257229534/ref=sr_1_1?s=books&ie=UTF8&qid=1292233058&sr=1-1) (letzter Zugriff am 13.12.2010).

Homepage von *Amazon*, URL: [http://www.amazon.de/Die-Vermessung-Welt-Daniel-Kehlmann/dp/3499241005/ref=sr\\_1\\_1?ie=UTF8&qid=1314261977&sr=8-1](http://www.amazon.de/Die-Vermessung-Welt-Daniel-Kehlmann/dp/3499241005/ref=sr_1_1?ie=UTF8&qid=1314261977&sr=8-1) (letzter Zugriff am 25.08.2011).

Homepage des *Börsenvereins des deutschen Buchhandels*, URL: <http://www.boersenverein.de/de/portal/Wirtschaftszahlen/158286> (letzter Zugriff am 14.09.2012).

Homepage von *Daniel Kehlmann*, URL: <http://www.kehlmann.com/inhalt11.html> (letzter Zugriff am 14.09.2012).

Homepage von *Daniel Kehlmann*: URL: <http://www.kehlmann.com/inhalt29.html> (letzter Zugriff am 14.09.2012).

Homepage von *Katz&Goldt*, URL: [http://www.katzundgoldt.de/wi\\_kehlmann\\_1.htm](http://www.katzundgoldt.de/wi_kehlmann_1.htm) (letzter Zugriff am 14.09.2012).

Honold, Alexander: *Ankunft in der Weltliteratur: abenteuerliche Geschichtsreisen mit Ilija Trojanow und Daniel Kehlmann*, in: *Neue Rundschau* 118 2007, 1, S. 82-104.

Horkheimer, Max: *Art and Mass Culture*, in: *Studies in Philosophy and Social Science*, Vol. IX 1942, No. 2, S. 290-304.

Hübel, Katharina : [Rezension zu]Alexander Kissler, Carsten Leimbach: *Alles über Patrick Süskinds Das Parfum. Der Film. Das Buch. Der Autor*. München: Wilhelm Heyne 2006, 304 S. *Das Parfum. Das Buch zum Film. Das vollständige Drehbuch von Andrew Birkin, Bernd Eichinger und Tom Tykwer, mit zahlreichen Fotos aus dem Film, Berichten über die Entstehung des Films, Gesprächen mit Tom Tykwer und Bernd Eichinger sowie einem Essay von Verena Lueken*. Zürich: Diogenes 2006, 160 S. Angelika Buß: *Intertextualität als Herausforderung für den Literaturunterricht. Am Beispiel von Patrick Süskinds Das Parfum*. Frankfurt/ Main u.a.: Peter Lang 2006 (Beiträge zur Literatur- und Mediendidaktik, 12), 225 S. In: *Deutsche Bücher. Forum für Literatur. Autorengespräch – Kritik – Interpretation*, 37. Jahrgang 2007, Heft 3/4, S. 245-254.

Humboldt, Alexander von: *Kosmos. Entwurf einer physischen Weltbeschreibung*, hrsg. v. Ottmar Ette, Oliver Lubrich, Frankfurt am Main 2004.

Jagow, Bettina von: Bernhard Schlink „Der Vorleser“. *Differenzen der Wahrnehmung von Täter und Opferbewußtsein*, in: dies., Florian Steger (Hrsg.): *Differenzerfahrung und Selbst. Bewußtsein und Wahrnehmung in Literatur und Geschichte des 20. Jahrhunderts*, Heidelberg 2003, S. 245-266.

Jannidis, Fotis et al. (Hrsg.): *Texte zur Theorie der Autorschaft*, Stuttgart 2000.

Jenny, Urs: *Duett der Solipsisten*, in: *Spiegel Spezial: Bücher 2005*, Nr.6/05.

Jessen, Jens: *Literatur*, in: Edmund Schalkowski (Hrsg.): *Rezension und Kritik*, Konstanz 2005, S. 207-219.

Johnson, Daniel: *A major new German novelist*, in: *Daily Telegraph* vom 12.4.2007, auch online in: Homepage von *Daily Telegraph*, URL: <http://www.telegraph.co.uk/culture/books/3664325/A-major-new-German-novelist.html> (letzter Zugriff am 14.09.2012).

Jurt, Joseph: *Das Konzept des literarischen Feldes und die Internationalisierung der Literatur*, in: Horst Turk, Brigitte Schultze, Roberto Simanowski (Hrsg.): *Kulturelle Grenzziehungen im Spiegel der Literaturen: Nationalismus, Regionalismus, Fundamentalismus* (Veröffentlichungen aus dem Sonderforschungsbereich 529 „Internationalität Nationaler Literaturen“, Bd. 1), Göttingen 1998, S. 84-103.

Jurt, Joseph: *Literaturkritik als Vermittlungsinstanz zwischen Autor und Leser*, in: Fritz Nies, Bernd Kortländer (Hrsg.): *Literaturimport und Literaturkritik: das Beispiel Frankreich* (TRANSFER, Düsseldorfer Materialien zur Literaturübersetzung 9), Tübingen 1996, S. 81-91.

Kailitz, Steffen (Hrsg.): *Die Gegenwart der Vergangenheit. Der „Historikerstreit“ und die deutsche Geschichtspolitik*, Wiesbaden 2008.

Kaiser, Joachim: *Viel Flottheit und Phantasie: Patrick Süskinds Geschichte eines Monsters*, in: *Süddeutsche Zeitung* vom 28.03.1985.

Kammann, Petra: *Der Erzähler. Ein Interview mit Bernhard Schlink*, in: Homepage von *Buchjournal*, URL: <http://buchjournal.buchhandel.de/sixcms/detail.php?id=12406> (letzter Zugriff am 07.12.2010).

Kammann, Petra: *Grenzgänger zwischen den Sprachräumen*, in: Fritz Nies, Bernd Kortländer (Hrsg.): *Literaturimport und Literaturkritik: das Beispiel Frankreich* (TRANSFER, Düsseldorfer Materialien zur Literaturübersetzung 9), Tübingen 1996, S. 9-19.

Kampa, Daniel: *Diogenes. Eine illustrierte Verlagschronik 1952-2002. Mit Bibliographie*, Zürich 2003.

Kasaty, Olga Olivia: *Ein Gespräch mit Daniel Kehlmann*, in: dies.: *Entgrenzungen. Vierzehn Autorengespräche über Liebe, Leben und Literatur*, München 2007, S. 169-195.

Kavaloski, Joshua: *Periodicity and national identity in Daniel Kehlmann's "Die Vermessung der Welt"*, in: *Gegenwartsliteratur* 9 2010, S. 263-287.

Kehlmann, Daniel: *Das Elend der Arrivierten: Onetti und der Plot*, in: Jürgen Dormagen, Gerhard Poppenberg (Hrsg.): *Juan Carlos Onetti: Gesammelte Werke Band I*, Frankfurt am Main 2009, S. 5-10.

Kehlmann, Daniel: *Des Patriarchen Frühling. Daniel Kehlmann über Alexander Fest*, in: Hermann Gieselbusch et al. (Hrsg.): *100 Jahre Rowohlt. Eine illustrierte Chronik*, Reinbek bei Hamburg 2008, S. 376-377.

Kehlmann, Daniel: *Die Finken und die Wilden*, in: Charles Darwin: *Die Fahrt der Beagle. Tagebuch mit Erforschungen der Naturgeschichte und Geologie der Länder, die auf der Fahrt von HMS Beagle unterdem Kommando von Kapitän Fitz Roy, RN, besucht wurden*, Hamburg <sup>2</sup>2006, S. 13-16.

Kehlmann, Daniel: *Die Katastrophe des Glücks. Dankesrede zur Verleihung des WELT-Literaturpreises*, in: ders.: *Lob. Über Literatur*, Reinbek bei Hamburg 2010, S. 169-178.

Kehlmann, Daniel: *Die Vermessung der Welt*, Reinbek bei Hamburg 2005.

Kehlmann, Daniel: *Die Vermessung der Welt ist mein Hauptgewinn*, in: Homepage von *Die Welt*, URL: [http://www.welt.de/kultur/article1344786/Die\\_Vermessung\\_der\\_Welt\\_ist\\_mein\\_Hauptgewinn.html](http://www.welt.de/kultur/article1344786/Die_Vermessung_der_Welt_ist_mein_Hauptgewinn.html) (letzter Zugriff am 14.09.2012).

Kehlmann, Daniel: *Diese sehr ernsten Scherze. Poetikvorlesungen*, Göttingen <sup>3</sup>2009.

Kehlmann, Daniel: *Eigene Bücher lesen*, in: ders.: *Wo ist Carlos Montúfar? Über Bücher*, Reinbek bei Hamburg <sup>2</sup>2006, S. 145-149.

Kehlmann, Daniel: *Leo Richters Porträt sowie ein Porträt des Autors von Adam Soboczynski*, Reinbek bei Hamburg 2009.

Kehlmann, Daniel: *Lob. Über Literatur*, Reinbek bei Hamburg 2010.

Kehlmann, Daniel: *Seid vermessen! Was Weimar mich gelehrt hat*, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 20.06.2006.

Kehlmann, Daniel: *Wo ist Carlos Montúfar? Über Bücher*, Reinbek bei Hamburg 2006.

Kehlmann, Daniel: *Wo ist Carlos Montúfar?* In: ders.: *Wo ist Carlos Montúfar? Über Bücher*, Reinbek bei Hamburg 2006, S. 9-27.

Kehlmann, Daniel; David, Thomas: *"Unser Selbst ist immer gespalten"*. In: *Du* 2009, 794, S. 28-32.

Kehlmann, Daniel; Eugenides, Jeffrey: *Konversation beim 2008 PEN World Voices Festival*, in: Homepage von PEN, URL: <http://www.pen.org/viewmedia.php/prmMID/4022/prmID/1792> (letzter Zugriff am 14.09.2012).

Kehlmann, Daniel; Kleinschmidt, Sebastian: *Requiem für einen Hund. Ein Gespräch*, Berlin 2008.

Kehlmann, Daniel; Lentz, Michael: *"Die Fremdheit ist ungeheuer"*. Daniel Kehlmann und Michael Lentz im Gespräch über historische Stoffe in der Gegenwartsliteratur, in: *Neue Rundschau* 118 2007, 1, S. 33-47.

Keith-Smith, Brian: *From Hagedorn to Süskind. Essays on German Literature*, New York 2000.

Keller, Claudia; Vornbäumen, Axel: *„Paradies, Hölle – ich tue mich schwer damit“*, in: Homepage von *Der Tagesspiegel*, URL: [www.tagesspiegel.de/zeitung/paradies-hoelle-ich-tue-mich-schwer-damit/702884.html](http://www.tagesspiegel.de/zeitung/paradies-hoelle-ich-tue-mich-schwer-damit/702884.html) (letzter Zugriff am 14.09.2012).

Kemenade, Willem van: *China AG. Maos Utopie und die Macht des Marktes*. Aus dem Amerikanischen von Frank Wolf, München 1997.

Kepplinger, Hans Mathias: *Darstellungseffekte. Experimentelle Untersuchungen zur Wirkung von Pressefotos und Fernsehfilmen*, Freiburg, München 1987.

Kerlen, Dietrich (Hrsg.): *Buchwissenschaft – Medienwissenschaft. Ein Symposium*, Wiesbaden 2004.

Kerlen, Dietrich; Keiderling, Thomas: *Die Ökonomie: von der Magd zur Herrin der Buchkultur*, in: Ludwig Delp (Hrsg.): *Das Buch in der Informationsgesellschaft. Ein buchwissenschaftliches Symposium* (Buchwissenschaftliche Forschungen 6/2005), Wiesbaden 2006, S. 59-76.

Kilb, Andreas: *Herr Schlink, ist „Der Vorleser“ schon Geschichte?* In: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 21.02.2009.

Kissler, Alexander: *Spurensuche: Wer ist Patrick Süskind?* In: *Die Welt* vom 10.09.2006, auch in: Homepage von *Die Welt*, URL: [http://www.welt.de/print-welt/article151518/Spurensuche\\_Wer\\_ist\\_Patrick\\_Sueskind.html](http://www.welt.de/print-welt/article151518/Spurensuche_Wer_ist_Patrick_Sueskind.html) (letzter Zugriff am 14.09.2012).

Kissler, Alexander: *Warum sind die Menschen so aufdringlich?* In: Homepage von *Süddeutsche Zeitung*, URL: <http://www.sueddeutsche.de/kultur/sueskind-portrait-warum-sind-die-menschen-so-aufdringlich-1.798654> (letzter Zugriff am 14.09.2012).

Klauser, Rita: *Die Fachsprache der Literaturkritik. Dargestellt an den Textsorten Essay und Rezension* (Leipziger Fachsprachen-Studien Bd. 3), Frankfurt am Main u.a. 1992, [zugl. Leipzig Univ. Diss. 1987].

Kleinschmidt, Sebastian: *Gespräch mit Daniel Kehlmann*, in: *Sinn und Form* 58 2006, 6, S. 786-799.

Kleinstauber, Hans J.: *Was kommt nach der Verrechtlichung? Von der Regulierung zur Governance*, in: Dieter Klumpp et al. (Hrsg.): *Medien, Ordnung und Innovation*, Berlin, Heidelberg, New York 2006, S. 185-199.

Klingenmaier, Thomas: *Die Liebe zu den Schuldigen*, in: *Stuttgarter Zeitung* vom 26.02.2009.

Klingenmaier, Thomas: *Eine Liebe in Deutschland*, in: *Stuttgarter Zeitung* vom 22.12.1995.

Klingenmaier, Thomas: *Ratloser Deutscher*, in: *Stuttgarter Zeitung* vom 31.03.1999.

Klüger, Ruth: *Zur Rezeption der deutschen Literatur im 20. Jahrhundert in den USA*, in: *Text + Kritik. Zeitschrift für Literatur*. Sonderband: *Ansichten und Auskünfte zur deutschen Literatur nach 1945*, München u.a. 1995, S. 132-135.

Knippahls, Dirk: *Die Vermessung des Bestsellers*, in: Homepage von *taz*, URL: <http://www.taz.de/1/archiv/archiv/?dig=2006/12/30/a0196> (letzter Zugriff am 14.09.2012).

Knobloch, Hans-Jörg: *Eine ungewöhnliche Variante der Täter-Opfer-Literatur: Bernhard Schlinks Roman Der Vorleser*, in: Gerhard Fischer, David Roberts (Hrsg.): *Schreiben nach der Wende: ein Jahrzehnt deutscher Literatur 1989-1999* (Studien zur deutschsprachigen Gegenwartsliteratur Band 14), Tübingen 2001, S. 89-98.

Knobloch, Hans-Jörg: *Endzeitvisionen. Studien zur Literatur seit dem Beginn der Moderne*, Würzburg 2008.

Knorr, Wolfram: *Aus Zwerg Nase wird ein Frankenstein der Düfte*, in: *Die Weltwoche* vom 21.03.1985.

Kong, Shuyu: *Consuming Literature. Best Sellers and the Commercialization of Literary Production in Contemporary China*, Stanford 2005.

Koppensteiner, Jürgen: *Bernhard Schlinks Roman Der Vorleser. Überlegungen zu einem produktiv-kreativen Umgang mit einer literarischen Ganzschrift*, in: Ioan Lăzărescu, Peter Wiesinger (Hrsg.): *Vom Wert des Wortes. Festschrift für Doina Sandu zum 65. Geburtstag*, Wien 2006, S. 170-181.



Krämer-Badoni, Rudolf: *Neuer Vampir für den Film? Patrick Süskinds Romangeschichte eines Mörders*, in: *Die Welt* vom 16.02.1985.

Krause, Tilman: *Bernhard Schlink: Ein Schriftsteller, der nicht im Elfenbeinturm haust*, in: *Die Welt* vom 10.11.1999, auch in: Homepage von *Die Welt*, URL: [http://www.welt.de/print-welt/article589885/Bernhard\\_Schlink\\_Ein\\_Schriftsteller\\_der\\_nicht\\_im\\_Elfenbeinturm\\_haust.html](http://www.welt.de/print-welt/article589885/Bernhard_Schlink_Ein_Schriftsteller_der_nicht_im_Elfenbeinturm_haust.html) (letzter Zugriff am 14.09.2012).

Krause, Tilman: *Gegen die Verlorenheit an sich selbst*, in: *Die Welt* vom 03.04.1999.

Krause, Tilman: *Größe und Komik deutscher Literatur*, in: *Die Welt* vom 6.10.2007, online auch in: Homepage von *Die Welt*, URL: [http://www.welt.de/welt\\_print/article1239716/Groesse\\_und\\_Komik\\_deutscher\\_Kultur.html](http://www.welt.de/welt_print/article1239716/Groesse_und_Komik_deutscher_Kultur.html) (letzter Zugriff am 14.09.2012).

Krause, Tilman: *Kein Rätsel Kehlmann*, in: *Die Welt* vom 04.03.2006, auch online in: Homepage von *Die Welt*, URL: [http://www.welt.de/print-welt/article201470/Kein\\_Raetsel\\_Kehlmann.html](http://www.welt.de/print-welt/article201470/Kein_Raetsel_Kehlmann.html) (letzter Zugriff am 14.09.2012).

Krause, Tilman: *Keine Elternaustreibung*, in: *Der Tagesspiegel* vom 03.09.1995.

Krause, Tilman: *Laudatio auf Bernhard Schlink*, in: *Heine-Jahrbuch 2000*, 39. Jahrgang, hrsg. von Joseph A. Kruse, Stuttgart, Weimar 2000, S. 238-242.

Krausser, Helmut: *Ich und Kehlmann. Und „Mahlers Zeit“*, in: *Text + Kritik. Zeitschrift für Literatur*, Nr. 177 (I/08), S. 54-57.

Krex, Alexander: *Hin und weg. Helden des Verschwindens*, in: *Zeit Magazin* Nr. 1 vom 29.12.2011, S. 22f.

Krombholz, Kristina: *Rowohlt-Bücher in aller Welt. Mehr als nur vertraute Titel in exotischer Verpackung*, in: Hermann Gieselbusch et al. (Hrsg.): *100 Jahre Rowohlt. Eine illustrierte Chronik*, Reinbek bei Hamburg 2008, S. 353-356.

Krug, Barbara: *Kultur und wirtschaftliche Entwicklung in China*, in: Hans G. Nutzinger: *Religion, Werte und Wirtschaft. China und der Transformationsprozess in Asien*, Marburg 2002, S. 129-146.

Krug, Barbara: *Theoretische Grundlagen des Reformprozesses in der VR China. Wirtschaftspolitischer Konzeptionswandel als reflexpolitisch-ökonomischen Umdenkens*, in: Dieter Cassel (Hrsg.): *Wirtschaftssysteme im Umbruch. Sowjetunion, China und industrialisierte Marktwirtschaften zwischen internationalem Anpassungszwang und nationalem Reformbedarf*, München 1990, S. 276-293.

Krumbholz, Martin: *Das Glück – ein Rechenfehler. Daniel Kehlmanns Roman Die Vermessung der Welt*, in: *Neue Zürcher Zeitung* vom 18.10.2005.

Kübler, Gunhild: *„Als Deutscher im Ausland wird man gestellt“*, in: *Weltwoche* vom 27.01.2000.

Kuhbandner, Birgit: *Unternehmer zwischen Markt und Moderne. Verleger und die zeitgenössische deutschsprachige Literatur an der Schwelle zum 20. Jahrhundert* (Mainzer Studien zur Buchwissenschaft, Band 17), Wiesbaden 2008.

Kultur.21: *Tolle Aussichten. Daniel Kehlmanns neuer Roman Ruhm*, online in: Homepage von youtube, URL: <http://www.youtube.com/watch?v=60uKJTWEwhY> (letzter Zugriff am 14.09.2012).

LaCapra, Dominick: *Writing History, Writing Trauma*, Baltimore, London 2001.

Langen, Claudia: *Der Griff zum Buch – warum wird gelesen?* In: dies., Ulrike Bentlage (Hrsg.): *Das Lesebarometer – Lesen und Mediennutzung in Deutschland. Eine Bestandsaufnahme zum Leseverhalten 1999*, Gütersloh 2000, S. 19-25.

LeClair, Tom: *Geniuses at work*, in: *New York Times* vom 5.11.2006, auch online in: Homepage von *New York Times*, URL: <http://www.nytimes.com/2006/11/05/books/review/LeClair.t.html> (letzter Zugriff am 14.09.2012).

Lewis, Alison: *Das Phantasma des Masochisten und die Liebe zu Hanna. Schuldige Liebe und intergenerationelle Schuld in Bernhard Schlinks „Der Vorleser“*, in: *Weimarer Beiträge* 52/2006, Heft 4, S. 554-573.

Li, Shuangzhi: *Der Yilin-Verlag bringt Grass und Schlink nach China. Interview mit Zhizhou Lu*, in: Homepage von *Deutsch-chinesisches Kulturnetz*, URL: <http://www.de-cn.net/mag/lit/de3227051.htm> (letzter Zugriff am 14.09.2012).

Lier, Edith: *Brief an einen Unbekannten*, in: *Schweizer Illustrierte* vom 25.02.1985.

Literatur im Foyer, Sendung vom 01.09.2011, in: Homepage von SWR, URL: <http://www.swr.de/literatur-im-foyer/-/id=122518/did=8542846/pv=video/nid=122518/gxr2jj/index.html> (letzter Zugriff am 02.09.2011).

Lippmann, Jana: *Wirtschaftszahlen*, in: Homepage von *Börsenverein des deutschen Buchhandels*, URL: <http://www.boersenverein.de/de/158286> (letzter Zugriff am 12.10.2011).

Löffler, Sigrid: *Buchmarkt und literarische Moden im deutschsprachigen Raum. Wie in der heutigen Literatur Wandel erzeugt wird*, in: Renate Cornejo, Ekkehard W. Haring (Hrsg.): *Wende, Bruch, Kontinuum. Die moderne österreichische Literatur und ihre Paradigmen des Wandels*, Wien 2006, S. 251-269.

Löffler, Sigrid: *Die versalzene Suppe und deren Köche. Über das Verhältnis von Literatur, Kritik und Öffentlichkeit*, in: Wendelin Schmidt-Dengler, Nicole Katja Streitler (Hrsg.): *Literaturkritik. Theorie und Praxis*, Innsbruck, Wien 1999, S. 27-39.

Löffler, Sigrid: *Literaturen, Literaturkritik und Leser um 2000*, in: Evi Zemanek, Susanne Krones (Hrsg.): *Literatur der Jahrtausendwende. Themen, Schreibverfahren und Buchmarkt um 2000*, Bielefeld 2008, S. 435-445.

Löhndorf, Marion: *Die Banalität des Bösen. Bernhard Schlinks Roman „Der Vorleser“*, in: *Neue Züricher Zeitung* vom 28.10.1995.

Lovenberg, Felicitas von: *Auf dem Umschlagplatz*, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 22. August 2009.

Lovenberg, Felicitas von: *Bitte keinen Vorschuß!* In: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 12.09.2006.

Lovenberg, Felicitas von: *Ich wollte schreiben wie ein verrückt gewordener Historiker*, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 09.02.2006, auch in: Gunther Nickel (Hrsg.): *Daniel Kehlmanns "Die Vermessung der Welt". Materialien, Dokumente, Interpretationen*, Reinbek bei Hamburg 2008, S. 26-35.

Lovenberg, Felicitas von: *Vermessung eines Erfolgs. Daniel Kehlmann geht mit seinem Roman auf Rekordkurs*, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 26.01.2006.

Lucius, Wulf D. von: *Verlagswirtschaft. Ökonomische, rechtliche und organisatorische Grundlagen*, Konstanz 2005.

Lüderssen, Klaus: *Die Wahrheit des „Vorlesers“*, in: Stephan Braese (Hrsg.): *Rechenschaften. Juristischer und literarischer Diskurs in der Auseinandersetzung mit den NS-Massenverbrechen*, Göttingen 2004, S. 165-176.

Lüderssen, Klaus: *Produktive Spiegelungen. Recht in Literatur, Theater und Film*, Band II, Berlin 2007.

Lüdke, Martin: *Der Mönch kam nicht mit*, in: *Die Zeit* Nr. 6/2000.

Lüdke, Martin: *Doppelleben einmal anders*, in: *Frankfurter Rundschau* vom 28.09.2005.

Lueken, Verena: *„Das Parfum“ – vom Buch zum Film*, in: *Das Parfum. Das Buch zum Film*. Das vollständige Drehbuch von Andrew Birkin und Bernd Eichinger und Tom Tykwer, mit zahlreichen Fotos aus dem Film, Berichten über die Entstehung des Films, Gesprächen mit Tom Tykwer und Bernd Eichinger sowie einem Essay von Verena Lueken, Zürich 2006, S. 7-18.

Machinek, Angelika: *Wozu Literaturkritik? Empirische und innerbetriebliche Bedeutung von Rezensionen*, in: *Über Literaturkritik. Text + Kritik. Zeitschrift für Literatur* Nr. 100, Oktober 1988, S. 82-88.

Mahr, Johannes: *Bernhard Schlink: Der Vorleser*, in: Sabine Schneider (Hrsg.): *Lektüren für das 21. Jahrhundert. Klassiker und Bestseller von 1900 bis heute*, Würzburg 2005, S. 159-176.

Mak/ap: *Patrick Süskind: So flüchtig wie ein Duft*, in: Homepage von *Focus*, URL: [http://www.focus.de/kultur/buecher/patrick-sueskind-so-fluechtig-wie-ein-duft\\_aid\\_383496.html](http://www.focus.de/kultur/buecher/patrick-sueskind-so-fluechtig-wie-ein-duft_aid_383496.html) (letzter Zugriff am 17.09.2012).

Maltzan, Carlotta von: *„Die Angst davor, daß es rauskommt.“ Über das Schweigen von Opfern und Tätern bei Katja Behrens und Bernhard Schlink*, in: Pól O'Dochartaigh

- (Hrsg.): *Jews in German Literature since 1945: German-Jewish Literature?* Amsterdam, Atlanta 2000, S. 463-476.
- Mangold, Ijoma: *Da lacht der Preuße, und der Franzose staunt*, in: *Süddeutsche Zeitung* vom 24.09.2005.
- Mangold, Ijoma: *Laudatio zur Verleihung des Candide-Preises 2005 an Daniel Kehlmann*, in: Gunther Nickel (Hrsg.): *Daniel Kehlmanns Die Vermessung der Welt. Materialien, Dokumente, Interpretationen*, Reinbek bei Hamburg 2008, S. 95-112.
- Mann, Peter H.: *Buchmarkt-Forschung in Großbritannien*, in: Petra E. Dorsch, Konrad H. Teckentrup: *Buch und Lesen International. Berichte und Analysen zum Buchmarkt und zur Buchmarkt-Forschung*, Gütersloh 1981, S. 307-322.
- Mathes, Eva: *Bernhard Schlink. Der Vorleser*, in: Hans Vilmar Geppert und Hubert Zapf (Hrsg.): *Große Werke der Literatur*, Band X. Eine Ringvorlesung an der Universität Augsburg 2006/07, Tübingen 2007, S. 241-255.
- Matt, Beatrice von: *Das Scheusal als Romanheld. Zum Roman "Das Parfum" von Patrick Süskind*, in: *Neue Zürcher Zeitung* vom 15.03.1985.
- Matussek, Matthias; Schreiber, Matthias; Stampf, Olaf: „*Mein Thema ist das Chaos*“, in: *Der Spiegel* vom 05.12.2005.
- McGlothlin, Erin: *Second Generation Holocaust Literature. Legacies of Survival and Perpetration*, Rochester, NY 2006.
- Mechtenberg, Theo : *Bernhard Schlink "Der Vorleser". Ein gewagter Umgang mit der Holocaust-Thematik?* In: *Annäherungen* 2003, S. 429-437.
- Mecklenburg, Norbert: *Die Rhetorik der Literaturkritik. Ein Gedankengang mit Vorschlägen zur Praxis*, in: Jörg Drews (Hrsg.): *Literaturkritik – Medienkritik*, Heidelberg 1977, S. 34-48.
- Meffert, Heribert: *Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele*, 9., überarbeitete und erweiterte Auflage, Wiesbaden 2000.
- Mehler, Ha. A.: *Wie schreibe ich einen Bestseller. Geheimnisse, Techniken und Erfolgsformeln von Bestseller-Autoren*, Idstein <sup>2</sup>1996.
- Meier, Werner A.; Trappel, Josef: *Medienkonzentration*, in: Dieter Klumpp, Herbert Kubicek, Alexander Roßnagel, Wolfgang Schulz (Hrsg.): *Medien, Ordnung und Innovation*, Berlin, Heidelberg, New York 2006, S. 227-247.
- Meller, Marius: *Die Krawatte im Geiste*, in: *Merkur* 61 2007, 3, S. 248-252.
- Menasse, Robert: *Ich bin wie alle, so wie nur ich es sein kann. Daniel Kehlmanns Essays über Autoren und Bücher*, in: *Text + Kritik. Zeitschrift für Literatur*, Nr. 177 (I/08), S. 30-35.
- Michaelis, Rolf: *Die öde Spaß-Gesellschaft*, in: *Die Zeit* Nr. 36 vom 03.09.1993.

Michalzik, Peter: *Der Mensch als Monster*, in: *Die Tageszeitung* vom 09./10.12.1995.

Minden, Michael: *Bestseller Lists and Literary Value in the Twentieth Century*, in: Nicholas Saul, Ricarda Schmidt (Hrsg.): *Literarische Wertung und Kanonbildung*, Würzburg 2007, S. 163-172.

Moritz, Rainer: *Die Liebe zur Aufseherin*, in: *Die Weltwoche* vom 23.11.1995.

Moritz, Rainer: *Donna Leon meets Harry Potter. Warum und wie Verlage mit Agenten zusammenarbeiten*, in: Ernst Fischer (Hrsg.): *Literarische Agenturen – die heimlichen Herrscher im Literaturbetrieb?* (Mainzer Studien zur Buchwissenschaft 11), Wiesbaden 2001, S. 17-31.

Mosler, Peter: *Ein Generationen-Vorfall*, in: *Frankfurter Rundschau* vom 06.01.1996.

Mühlfeld, Emily: *Literaturkritik im Fernsehen* (Innsbrucker Studien zur Alltagsrezeption, Bd. 4 – 2006), Wien 2006 [zugl.: Bamberg, Univ., Diss., 2006].

Müller, Stefan; Gelbrich, Katja: *Interkulturelles Marketing*, München 2004.

Müller-Völkl, Claudia; Völkl, Michael: *Daniel Kehlmann, Die Vermessung der Welt*, Paderborn 2007.

Naumann, Uwe: *Neue Zeiten, neue Bücher. Auf dem Weg ins hundertste Jahr*, in: Hermann Gieselbusch et al. (Hrsg.): *100 Jahre Rowohlt. Eine illustrierte Chronik*, Reinbek bei Hamburg 2008, S. 363-373.

Neuhaus, Stefan: *Literaturvermittlung*, Wien 2009.

Nickel, Gunther: *Krise der Literaturkritik. Historische Dimensionen eines aktuellen Themas*, in: ders. (Hrsg.): *Kaufen! statt Lesen! Literaturkritik in der Krise?* Göttingen 2005, S. 5-19.

Niemann, Norbert: *Strategien der Aufmerksamkeit. Eine Umkreisung*, in: Hannes Luxbacher, Andreas R. Peternell, Werner Schandor (Hrsg.): *Big Business Literatur,-- Reflexionen über den Marktwert der Literatur*, Wien 2002, S. 19-32.

Niven, Bill: *Bernhard Schlink's Der Vorleser and the Problem of Shame*, in: *The Modern Language Review*, Vol. 98 (2003), S. 381-396.

Niven, Bill: *Facing the Nazi Past. United Germany and the Legacy of the Third Reich*, London, New York 2002.

Norfolk, Lawrence: *Die Sehnsucht nach einer ungeschehenen Geschichte*, in: *Süddeutsche Zeitung* vom 27./28.04.2002.

Oberender, Peter O.; Fleischmann, Jochen: *Chinas Herausforderungen an die Transformationstheorie*, in: dies. (Hrsg.): *China im Aufbruch. Hintergründe und Perspektiven eines Systemwandels*, Bayreuth 2004, S. 13-36.

Oels, David: [Art.] *Bestseller*, in: Erhard Schütz (Hrsg.): *Das BuchMarktBuch. Der Literaturbetrieb in Grundbegriffen*, Reinbek bei Hamburg 2005, S. 47-53.

Oels, David: *Mit hundert Sachen erzählt. Sachbuch, Literatur und die Wiederkehr des Erzählens*, in: Thomas Wegmann, Erhard Schütz (Hrsg.): *literatur.com. Tendenzen im Literaturmarketing*, Berlin 2002, S. 81-106.

Olsen, Stein Haugom: *Wie man ein literarisches Werk definiert*, in: Jörn Gottschalk, Tilmann Köppe (Hrsg.): *Was ist Literatur? Basistexte Literaturtheorie*, Paderborn 2006, S. 72-90.

Opaschowski, Horst W.: *Freizeitökonomie: Marketing von Erlebniswelten* (Freizeit- und Tourismusstudien Band 5), Opladen 1993.

O. V.: *A new binding. Publishing mergers in China*, in: *The Economist* vom 23.05.2009, S. 65f.

O. V.: *Bestenliste im Jahr 2005*, in: Homepage des SWR, URL: <http://www.swr.de/bestenliste/rueckschau/-/id=4395454/property=download/nid=4226222/1gapvqi/index.pdf> (letzter Zugriff am 17.09.2012).

O. V.: *Bestseller Einzelansicht. Das Parfum*, in: Homepage von Buchreport, URL: [http://www.buchreport.de/bestseller/bestseller\\_einzelansicht.htm?tx\\_bestseller\\_pi1\[isbn\]=9783257229530](http://www.buchreport.de/bestseller/bestseller_einzelansicht.htm?tx_bestseller_pi1[isbn]=9783257229530) (letzter Zugriff am 17.09.2012).

O. V.: *Bestseller Einzelansicht. Der Vorleser*, in: Homepage von Buchreport, URL: [http://www.buchreport.de/bestseller/bestseller\\_einzelansicht.htm?tx\\_bestseller\\_pi1\[isbn\]=9783257229530](http://www.buchreport.de/bestseller/bestseller_einzelansicht.htm?tx_bestseller_pi1[isbn]=9783257229530) (letzter Zugriff am 17.09.2012).

O. V.: *Daniel Kehlmann*, in: Homepage von Der Spiegel, URL: <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-46847820.html> (letzter Zugriff am 17.09.2012).

O. V.: *德国作家帕特里克·聚斯金德小说*, in: Homepage von Baike.Baidu, URL: <http://baike.baidu.com/view/22484.htm> (letzter Zugriff am 17.09.2012).

O. V.: *Der Buchmarkt 2008: Mehr Umsatz, weniger Neuerscheinungen*, in: Homepage von Börsenblatt, URL: <http://www.boersenblatt.net/329018/> (letzter Zugriff am 17.09.2012).

O. V.: *Deutscher Bestseller soll verfilmt werden*, in: Homepage von Focus, URL: [http://www.focus.de/kultur/buecher/bucherfolg\\_aid\\_115481.html](http://www.focus.de/kultur/buecher/bucherfolg_aid_115481.html) (letzter Zugriff am 17.09.2012).

O. V.: *德语小说 - 香水*, in: Homepage von Wenguo, URL: <http://de.v.wenguo.com/html/de/200707/6535.shtml###> (letzter Zugriff am 17.09.2012).

O. V.: *Die größte Deutschstunde der Welt*, in: Homepage von Der Spiegel, URL: <http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/zwiebelfisch-live-die-groesste-deutschstunde-der-welt-a-404966.html> (letzter Zugriff am 17.09.2012).

O. V.: *Die Qualitätsliste*, in: Homepage von SWR, URL: <http://www.swr.de/bestenliste/ueberuns/-/id=4226262/1brh58f/index.html> (letzter Zugriff: 17.09.2012).

O. V.: *Die Vermessung der Welt* (1), in: Homepage von *Buchreport*, URL: [http://www.buchreport.de/bestseller/bestseller\\_einzelansicht.htm?tx\\_bestseller\\_pi1\[isbn\]=9783498035280](http://www.buchreport.de/bestseller/bestseller_einzelansicht.htm?tx_bestseller_pi1[isbn]=9783498035280) (letzter Zugriff am 17.09.2012).

O. V.: *Die Vermessung der Welt* (2), in: Homepage von *Buchreport*, URL: [http://www.buchreport.de/bestseller/bestseller\\_einzelansicht.htm?tx\\_bestseller\\_pi1\[isbn\]=9783499241000](http://www.buchreport.de/bestseller/bestseller_einzelansicht.htm?tx_bestseller_pi1[isbn]=9783499241000) (letzter Zugriff am 17.09.2012).

O. V.: *Die Vermessung der Welt* (3), in: Homepage des *Deutschen Theaters Göttingen*, URL: <http://www.dt-goettingen.de/flycms/de/screen/7/-bzMkP3zBfSrsdj0,DzFqAQy,Ppc7gZa6G,yU5Dna9FQ09,HuMbH+UfXW5dV0ZEp75xvkgpdBXlkQiGeQbJIPFI7FKNZd2C6Lq4JzK2I=/Stuecke.html> (letzter Zugriff 17.09.2012).

O. V.: *Drehende Vermessung*, in: Homepage von *Boje Buck*, URL: <http://www.bojebuck.de/de/> (letzter Zugriff am 17.09.2012).

O. V.: *Ermittlung der Bestseller*, in: Homepage von *Buchreport*, URL: [http://www.buchreport.de/bestseller/ermittlung\\_der\\_bestseller.htm](http://www.buchreport.de/bestseller/ermittlung_der_bestseller.htm) (letzter Zugriff am 17.09.2012).

O. V.: *Geschichte*, in: Homepage von *Diogenes*, URL: <http://www.diogenes.ch/leser/verlag/geschichte> (letzter Zugriff am 17.09.2012).

O. V.: *Gespräch mit Bernd Eichinger*, in: *Das Parfum. Das Buch zum Film*. Das vollständige Drehbuch von Andrew Birkin und Bernd Eichinger und Tom Tykwer, mit zahlreichen Fotos aus dem Film, Berichten über die Entstehung des Films, Gesprächen mit Tom Tykwer und Bernd Eichinger sowie einem Essay von Verena Lueken, Zürich 2006, S. 25-29.

O. V.: *Gespräch mit Tom Tykwer*, in: *Das Parfum. Das Buch zum Film*. Das vollständige Drehbuch von Andrew Birkin und Bernd Eichinger und Tom Tykwer, mit zahlreichen Fotos aus dem Film, Berichten über die Entstehung des Films, Gesprächen mit Tom Tykwer und Bernd Eichinger sowie einem Essay von Verena Lueken, Zürich 2006, S. 19-24.

O. V.: *Giganten unter sich*, in: *Der Spiegel* vom 26.09.2005.

O. V.: *Günter Grass liest im Stadion*, in: Homepage von *Deutsche Welle*, URL: <http://www.dw.de/dw/article/0,,1225496,00.html> (letzter Zugriff am 17.09.2012).

O. V.: *Klassischer Duft*, in: *Der Spiegel* 31/2004, auch online in: Homepage von *Der Spiegel*, URL: <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-31617152.html> (letzter Zugriff am 17.09.2012).

O. V.: *Positives Ergebnis 2009: Buchmarkt gegen den Wirtschaftstrend*, in: Homepage von *Börsenverein des deutschen Buchhandels*, URL:

[http://www.boersenverein.de/de/158446/Pressemitteilungen/387780?\\_nav=](http://www.boersenverein.de/de/158446/Pressemitteilungen/387780?_nav=) (letzter Zugriff am 17.09.2012).

O. V.: [Art.] *Regulierung*, in: *Duden Wirtschaft von A bis Z. Grundlagenwissen für Schule und Studium, Beruf und Alltag*, Mannheim <sup>2</sup>2004, S. 143f.

O. V.: *Titelproduktion*, in: Homepage des Börsenvereins des deutschen Buchhandels, URL: <http://www.boersenverein.de/de/158286> (letzter Zugriff am 28.02.2012).

O. V.: *Verlagssuche. Alles was Sie zum Thema Schreiben und Veröffentlichen wissen müssen*, Frankfurt am Main 2007.

O. V.: »*Vernichtungskrieg. Verbrechen der Wehrmacht 1941 bis 1944*«, in: Homepage von *Verbrechen der Wehrmacht*, URL: [http://www.verbrechen-der-wehrmacht.de/docs/archiv/p\\_ausstellung1.htm](http://www.verbrechen-der-wehrmacht.de/docs/archiv/p_ausstellung1.htm) (letzter Zugriff am 18.09.2012).

Parkes, Stuart: *The language of the past: recent prose works by Bernhard Schlink, Marcel Beyer, and Friedrich Christian Delius*, in: ders., Arthur Williams, Julian Preece (Hrsg.): 'Whose story?' – *Continuities in contemporary German-language literature*, Bern u.a. 1998, S. 115-131.

Peters, Hans-Rudolf: *Einführung in die Theorie der Wirtschaftssysteme*, 2., überarbeitete und erweiterte Auflage, München, Wien 1993.

Pfeiffer, Joachim: *Vom Größenwahn zum Totalitarismus. Die Konstruktion des Genies in Patrick Süskinds Roman Das Parfum*, in: Johannes Cremius et al. (Hrsg.): *Größenphantasien* (Freiburger literaturpsychologische Gespräche. Jahrbuch für Literatur und Psychoanalyse, Bd. 18), Würzburg 1999, S. 342-354.

Pfohlmann, Oliver: *Literaturkritik in der Bundesrepublik*, in: Thomas Anz, Rainer Baasner (Hrsg.): *Literaturkritik. Geschichte – Theorie – Praxis*, München 2004, S. 160-191.

Pietrzycka-Isid, Renata: *Referenzrahmen und kultureller Code in der Rezeption von Bernhard Schlinks Der Vorleser. Drei Zeitungskritiken aus Deutschland, Finnland und Polen. Ein Aufriss*, in: Ulrich Breuer, Beatrice Sandberg (Hrsg.): *Autobiographisches Schreiben in der deutschsprachigen Gegenwartsliteratur. Band 1: Grenzen der Identität und der Fiktionalität*, München 2006, S. 94-101.

Plachta, Bodo: *Literaturbetrieb*, Paderborn 2008.

Pohle, Julika: *Götter in wer weiß: Griesgram Gauß trifft Pedanten Humboldt. Romancier Kehlmann zu Gast im Literaturhaus*, in: *Die Welt* vom 04.10.2005.

Pokern, Ulrich: *Der Kritiker als Zirkulation(s)agent. Literaturkritik am Beispiel von Patrick Süskinds „Das Parfum. Die Geschichte eines Mörders“*, in: *Über Literaturkritik. Text + Kritik. Zeitschrift für Literatur* Nr. 100, Oktober 1988, S. 70-76.

Polt-Heinzl, Evelyne: *Symbolfigur der neuen Erzählgeneration*, in: *Die Furche* (Wien) 23.11.2006.



Porter, Michael E.: *Competitive Advantage. Creating and Sustaining Superior Performance*, New York 1998.

Prangel, Matthias: *Patrick Süskinds Roman Das Parfum. Überlegungen zu den Gründen seines Erfolgs*, in: Dirk Jürgens (Hrsg.): *Mutual Exchanges. Sheffield-Münster Colloquium II*, Frankfurt am Main u. a. 1999, S. 262-273.

Preuß, Ulrich K.: *Der Humankapitalist. Mutmaßungen über den Beruf des Lektors*, in: Rebekka Habermas, Walter H. Pehle (Hrsg.): *Der Autor, der nicht schreibt. Versuche über den Büchermacher und das Buch*, Frankfurt am Main 1989, S. 169-180.

Preuß Neudorf, Achim: *Preisbindung und Wettbewerb auf dem deutschen Buchmarkt. Eine Analyse der Wettbewerbssituation unter Berücksichtigung der besonderen Merkmale des Buchmarkts und ihres Einflusses auf Marktstruktur, Marktverhalten und Marktergebnis*, Köln 1999.

Preußner, Heinz-Peter: *Zur Typologie der Zivilisationskritik. Was aus Daniel Kehlmanns Roman „Die Vermessung der Welt“ einen Bestseller werden ließ*, in: *Text + Kritik. Zeitschrift für Literatur*, Nr. 177 (I/08), S. 73-85.

Prisching, Manfred: *Vermarktlichung – ein Aspekt des Wandels Koordinationsmechanismen*, in: *Jahrbuch Ökonomie und Gesellschaft. „Alles käuflich“*, Jahrbuch 18, Marburg 2002, S. 15-38.

Pröse, Tim: *Verduftet*, in: *Süddeutsche Zeitung Magazin* vom 15.03.2002.

Prokla-Redaktion: *Editorial: China auf dem Weg zum Kapitalismus*, in: *Prokla. Zeitschrift für kritische Sozialwissenschaft: Chinesischer Kapitalismus*, Nr. 119, 2/Juni 2000, S. 172-179.

Prutz, Robert: *Schriften zur Literatur und Politik*, ausgewählt und mit einer Einführung herausgegeben von Bernd Hüppauf, Tübingen 1973.

Pütz, Wolfgang: *Daniel Kehlmann. Die Vermessung der Welt*, München 2008.

Ramseger, Georg: *Bestsellerlisten – zynische Verhöhnung des Lesers*, in: Heinz Ludwig Arnold (Hrsg.): *Literaturbetrieb in der Bundesrepublik Deutschland. Ein kritisches Handbuch*, 2. völlig veränderte Auflage, München 1981, S. 92-102.

Raphael, Frederic: *Letters to the Editor*, in: *Times Literary Supplement* vom 08.03.2002.

Rarick, Damon O.: *Serial Killers, Literary Critics, and Süskind's Das Parfum*, in: *Rocky Mountain Review*, Fall 2009, S. 207-224.

Rectanus, Mark W.: *German literature in the United States*, Wiesbaden 1990.

Redaktion des Lichtenbergjahrbuchs: *Nachbemerkung der Redaktion*, in: Wolfgang Griep, Lieselotte Zettler de Vareschi, Peter Brosche: *Auch ein Beitrag zum Humboldt-Jahr: drei Stimmen zu Daniel Kehlmanns Roman "Die Vermessung der Welt"*. In: *Lichtenberg-Jahrbuch* 2009, S. 253-265.

Reich-Ranicki, Marcel: *Des Mörders betörender Duft. Patrick Süskinds erstaunlicher Roman „Das Parfum“*, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 02.03.1985.

Reich-Ranicki, Marcel: *Fragen Sie Reich-Ranicki*, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 08.03.2009.

Reich-Ranicki, Marcel: *Über Literaturkritik*, Stuttgart, München 2002.

Reiss, Tim: *Selbstkritik als Immunisierungsstrategie in Bernhard Schlinks Der Vorleser*, in: Evi Zemanek, Susanne Krone (Hrsg.): *Literatur der Jahrtausendwende. Themen, Schreibverfahren und Buchmarkt um 2000*, Bielefeld 2008, S. 179-189.

Rétyi, Andreas von: *Die Terrorflüge (Terrorlüge): Der 11. September 2001 und die besten Beweise, dass wirklich alles anders war*, Rottenburg 2007.

Rickes, Joachim: *Wer ist Graf von der Ohe zur Ohe? Überlegungen zum Kapitel „Der Garten“ in Daniel Kehlmanns „Die Vermessung der Welt“*, in: *Sprackunst*, Jg. 38/2007, 1. Halbband, S. 89-96.

Röhring, Hans-Helmut: *Wie ein Buch entsteht. Einführung in den modernen Buchverlag*, vollständig überarbeitet und aktualisiert von Klaus-W. Bramann, Darmstadt 2008.

Rohwer, Jörn Jacob: *„Ich kann auch sehr fröhlich sein“*, in: *Frankfurter Rundschau* vom 06.10.2001.

Röpcke, Angelika: *Öffentlichkeitsscheuer Weltautor*, in: *Kölner Stadtanzeiger* vom 07.09.2006, auch in: Homepage von *Kölner Stadtanzeiger*, URL: <http://www.ksta.de/html/artikel/1157607408102.shtml> (letzter Zugriff am 17.09.2012).

Rose, Charlie: *Interview mit Bernhard Schlink*, in: Homepage von *Charlie Rose*, URL: [www.charlierose.com/view/interview/9877](http://www.charlierose.com/view/interview/9877) (letzter Zugriff am 17.09.2012).

Rossum, Walter van: *Bekenntnisse eines skeptischen Übersetzungskritikers*, in: Fritz Nies (Hrsg.): *Literaturimport und Literaturkritik: das Beispiel Frankreich* (TRANSFER Düsseldorf Materialien zur Literaturübersetzung 9), Tübingen 1996, S. 20-25.

Rothschild, Thomas: *Unschuldig schuldig? Bernhard Schlinks Hanna Schmitz und Ödön von Horváths Sladek*, in: Stefan Hermes, Amir Muhić (Hrsg.): *Täter als Opfer? Deutschsprachige Literatur zu Krieg und Vertreibung im 20. Jahrhundert* (POETICA – Schriften zur Literaturwissenschaft, Band 100), Hamburg 2007, S. 115-128.

Rürup, Bert: *Sozioökonomische Aspekte der Distribution im Verlagsgeschäft*, in: Hans Altenhein (Hrsg.): *Probleme des Verlagsgeschäfts. Beiträge zur Entwicklung des Literaturmarktes*, Wiesbaden 1995, S. 21-32.

Ryan, Judith: *Pastiche und Postmoderne. Patrick Süskinds Roman Das Parfum*, in: Paul Michael Lützeler (Hrsg.): *Spätmoderne und Postmoderne. Beiträge zur deutschsprachigen Gegenwartsliteratur*, Frankfurt am Main 1991, S. 91-103.

Schärf, Christian: *Der Roman im 20. Jahrhundert*, Stuttgart, Weimar 2001.

- Schalkowski, Edmund: *Rezension und Kritik* (Praktischer Journalismus Band 49), Konstanz 2005.
- Schenk, Klaus: *Bernhard Schlink. Der Vorleser. Schullektüre als „Holo-Kitsch“?* In: Werner Wintersteiner: *Literarische Neuerscheinungen*, Heft 1-2003, 27. Jahrgang (ide Informationen zur Deutschdidaktik. Zeitschrift für den Deutschunterricht in Wissenschaft und Schule), S. 38-44.
- Scherf, Rainer: *Der verführte Leser. Eine Interpretation von Patrick Süskinds „Das Parfüm“*, Marburg 2006.
- Scheuch, Fritz: *Marketing*, 6., verbesserte und ergänzte Auflage, München 2007.
- Schlant, Ernestine: *The language of Silence. West German Literature and the Holocaust*, New York, London 1999.
- Schläpfer, Franziska: *Zwischen Bücherstube, Buchshop und Bookmarket*, in: Rainer Diederichs, Ulrich Saxer, Werner Stocker (Hrsg.): *Buchbranche im Wandel. Zum 150-jährigen Bestehen des Schweizerischen Buchhändler- und Verleger-Verbandes*, Zürich 1999, S. 11-40.
- Schlink, Bernhard: *Der Vorleser*, Zürich 1995.
- Schlink, Bernhard: *Die Gegenwart der Vergangenheit*, in: ders.: *Vergangenheitsschuld. Beiträge zu einem deutschen Thema*, Zürich 2007, S. 112-123.
- Schlink, Bernhard: *Kollektivschuld?* In: ders.: *Vergangenheitsschuld. Beiträge zu einem deutschen Thema*, Zürich 2007, S. 11-33.
- Schmitz, Helmut: *Malen nach Zahlen? Bernhard Schlinks Der Vorleser und die Unfähigkeit zu trauern*, in: *German Life and Letters* 55/3, July 2002, S. 296-311.
- Schneider, Manfred: *Vermessene Messlust*, in: *Literaturen* 10/2005, S. 53-55.
- Schneider, Robert: *Schlafes Bruder*, Leipzig 1992.
- Schödel, Kathrin: *Jenseits der political correctness – NS-Vergangenheit in Bernhard Schlink, Der Vorleser und Martin Walser*, Ein springender Brunnen, in: Stuart Parkes, Fritz Wefelmeyer (Hrsg.): *Seelenarbeit an Deutschland. Martin Walser in Perspective* (German Monitor No. 60), Amsterdam, New York 2004, S. 307-322.
- Schönstedt, Eduard: *Der Buchverlag. Geschichte, Aufbau, Wirtschaftsprinzipien, Kalkulation und Marketing*, zweite, durchgesehene und korrigierte Auflage, Stuttgart, Weimar 1999.
- Schücking, Levin L.: *Soziologie der literarischen Geschmacksbildung*, 3., neu bearbeitete Auflage, Bern 1961.
- Schünemann, Hinrik: *Mythos und Profit. Zur Vermittlung sozialer Interaktionsmodelle über fiktionale Informationsdienstleistungen am Beispiel des amerikanischen Bestsellerromans*, Würzburg 2000.

Schütte, Wolfram: *Parabel und Gedankenspiel. Patrick Süskinds erster Roman „Das Parfum“*, in: *Frankfurter Rundschau* von Ostern 1985.

Schütz, Erhard: *Das gute Buch der Bücher. Perspektiven des Buchs – vom Markt her beobachtet*, in: ders., Thomas Wegmann (Hrsg.): *literatur.com. Tendenzen im Literaturmarketing*, Berlin 2002, S. 58-80.

Schulte-Sasse, Jochen: *Literarische Wertung*, Stuttgart 1971.

Schulz, Wolfgang: *Was leisten Selbst- und Co-Regulierung im Vergleich zu den bisherigen Regulierungsformen?* In: ders., Dieter Klumpp, Herbert Kubicek, Alexander Roßnagel (Hrsg.): *Medien, Ordnung und Innovation*, Berlin, Heidelberg, New York 2006, S. 169-183.

Schulze, Gerhard: *Dynamik der Buchkultur*, in: Hero Kind (Hrsg.): *Buchmarketing. Was sich in Gesellschaft und Handel ändert. Worauf sich Verlage einstellen müssen*, Düsseldorf u. a. 1994, S. 11-47.

Schwarz, Peter Paul; Krones, Susanne: *Lesende Schreiber, schreibende Leser. Lektorat in den Literaturverlagen der Jahrtausendwende*, in: Evi Zemanek, Susanne Krones (Hrsg.): *Literatur der Jahrtausendwende. Themen, Schreibverfahren und Buchmarkt um 2000*, Bielefeld 2008, S. 373-388.

Seibt, Gustav: *Weich im Abgang*, in: Homepage von *Die Zeit*, URL: [http://www.zeit.de/2001/40/200140\\_1-schlink.xml](http://www.zeit.de/2001/40/200140_1-schlink.xml) (letzter Zugriff am 17.09.2012).

Seidl, Claudius: *Der Ruhm des Unsichtbaren. Patrick Süskind zum Sechzigsten*, in: Homepage von *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, URL: <http://www.faz.net/s/RubD3A1C56FC2F14794AA21336F72054101/Doc~EF4404C22DE6B4F6BB2966E8EF94061E8~ATpl~Ecommon~Spezial.html> (letzter Zugriff am 09.02.2011).

Shi, Zhongliang: *Die Zukunft der Staatsunternehmen in China*, in: *Prokla. Zeitschrift für kritische Sozialwissenschaft: Chinesischer Kapitalismus*, Nr. 119, 2/Juni 2000, S. 166-280.

Si.: *Wo bleibt die Philosophie?* In: Homepage von *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, URL: <http://www.faz.net/artikel/C30712/china-wo-bleibt-die-philosophie-30139495.html> (letzter Zugriff am 17.09.2012).

Smith, Dinitia: *Seeking Guilt, Finding Fame. German's Novel of Nazi Era Becomes a U.S. Best Seller*, in: *The New York Times* vom 30. März 1999.

Soboczynski, Adam: *Daniel Kehlmanns Porträt*, in: Daniel Kehlmann: *Leo Richters Porträt sowie ein Porträt des Autors von Adam Soboczynski*, Reinbek bei Hamburg 2009, S. 41-73.

Spiegel, Hubert: *Daniel Kehlmann „Die Vermessung der Welt“*, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 22.10.2005, auch online in: Homepage von *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, URL: <http://www.faz.net/artikel/C31468/mexiko-taxco-de-alarcon-daniel-kehlmann-die-vermessung-der-welt-30107989.html> (letzter Zugriff am 17.09.2012).

Spiegel, Hubert: *Was vom Tage übrig bleibt*, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 17.10.2005.

Splitt, Julia: *Narzissmus in Patrick Süskinds Roman Das Parfum*, in: Andrea Bartl (Hrsg.): *Transitträume. Beiträge zur deutschsprachigen Gegenwartsliteratur*. Interviews mit Raoul Schrott, Albert Ostermaier, Hanns-Josef Ortheil, Andrea Maria Schenkel, Kerstin Specht, Nora-Eugenie Gomringer, Olaf Neopan Schwanke und Franzobel, Augsburg 2009, S. 333-348.

Stadelmaier, Gerhard: *Lebens-Riechlauf eines Duftmörders*, in: *Die Zeit* vom 12.-15. März 1985.

Stadler, Klaus: *Bücher und ihr Wert – es geht nicht immer nur um das große Geld*, in: Manfred Jochum (Hrsg.): *Wa(h)re Sprache. Literatur und Markt*, Innsbruck, Wien, Bozen 2008, S. 105-110.

Stark, Günther: *Süskinds „Parfum“. Im Kampf zwischen Eros und Liebe*, Baden-Baden 2006.

Stegert, Gernot: *Feuilleton für alle. Strategien im Kulturjournalismus der Presse*, Tübingen 1998.

Stein, Julia: *„Germans and humor in the same book“*. *Die internationale Rezeption der Vermessung der Welt*, in: Gunther Nickel: *Daniel Kehlmanns Die Vermessung der Welt. Materialien, Dokumente, Interpretationen*, Reinbek bei Hamburg 2008, S. 136-150.

Steinbach, Ralf F.: *Integratives Qualitäts-, Zeit- und Kostenmanagement. Entwicklung und Implementierung eines ganzheitlichen Management-Konzepts*, Frankfurt am Main 1997.

Steinert, Heinz: *Kulturindustrie* (Einstiege 5, Grundbegriffe der Sozialphilosophie und Gesellschaftstheorie), Münster 1998.

Steinfeld, Thomas: *Teutonische Angst vor der Freiheit*, in: *Süddeutsche Zeitung* vom 29.01.2007

Stockem, Anno: *Vermarktung von Büchern. Eine Analyse aus der Sicht von Verlagen* (Buchwissenschaftliche Beiträge aus dem Deutschen Bucharchiv München, Bd. 22), Wiesbaden 1988.

Stocker, Ferry: *Moderne Volkswirtschaftslehre. Logik der Marktwirtschaft*, München 2009.

Stölzl, Christoph: *Ich hab's in einer Nacht ausgelesen*, in: *Die Welt* vom 13.11.1999, auch in: Homepage von *Die Welt*, URL: [http://www.welt.de/print-welt/article590277/Ich\\_habs\\_in\\_einer\\_Nacht ausgelesen.html](http://www.welt.de/print-welt/article590277/Ich_habs_in_einer_Nacht ausgelesen.html) (letzter Zugriff am 18.09.2012).

Stolleis, Michael: *Die Schaffnerin*, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 09.09.1995.

Sturn, Richard: *Die Grenzen des Marktes – Eine Typologie des Marktversagens*, in: *Jahrbuch Ökonomie und Gesellschaft*. „Alles käuflich“, Jahrbuch 18, Marburg 2002, S. 39-72.

Süskind, Patrick: *Das Parfum. Die Geschichte eines Mörders*, Zürich 1985.

Süskind, Patrick: o. T., in: *Theater Heute*, November 1981.

Sutherland, John: *Bestsellers. Popular Fiction of the 1970s*, London, Boston, Henley 1981.

Swales, Martin : *Sex, shame and guilt. Reflections on Bernhard Schlink's 'Der Vorleser' ('The reader') and J.M. Coetzee's 'Disgrace'*, in: *Journal of European studies* 33 2003, N.1, S. 7-22.

Taberner, Stuart: *Introduction*, in: ders. (Hrsg.): *Bernhard Schlink: Der Vorleser. Textverständnis und Grammatik* by Kathrin Schödel, London 2002, S. 7-40.

Taschwer, Klaus; Nüchtern, Klaus: „*Ich kann nicht rechnen*“, in: *Falter* 38 (2005); auch in Homepage von *Falter*, URL: <http://www.falter.at/web/print/detail.php?id=148> (letzter Zugriff am 25.08.2011).

Thorn-Prikker, Jan: *Zensur! Zensur?* In: Heinz Ludwig Arnold (Hrsg.): *Literaturbetrieb in der Bundesrepublik Deutschland. Ein kritisches Handbuch*, 2. völlig veränderte Auflage, München 1981, S. 260-283.

Tietzel, Manfred: *Literaturökonomik*. Tübingen 1995.

Ugrešić, Dubravka: *Lesen verboten*, Frankfurt am Main 2002.

Umlauf, Konrad: *Das Buch im Mediengefüge. Folien zum Vortrag* (Berliner Handreichungen zur Bibliothekswissenschaft, 86), Berlin 2001.

Vareschi, Lieselotte de: *Una voz desde el Orinoco – zur Figur Alexander von Humboldts in Daniel Kehlmanns vermessenem Opus*, in: Wolfgang Griep, Lieselotte Zettler de Vareschi, Peter Brosche: *Auch ein Beitrag zum Humboldt-Jahr: drei Stimmen zu Daniel Kehlmanns Roman "Die Vermessung der Welt"*, in: *Lichtenberg-Jahrbuch* 2009, S. 255-257.

Villon-Lechner, Alice: *Wie ein zynischer Gott im Reich der Düfte*, in: *Tages-Anzeiger Zürich* vom 07.03.1985.

Wallmann, Jürgen P.: *Der Duft des großen kleinen Genies*, in: *Deutsches Allgemeines Sonntagsblatt*, 14.04.1985.

Wallmoden, Thedel von: *Verleger: „Der blödeste Beruf der Welt“*, in: Heinz Ludwig Arnold, Matthias Beilein (Hrsg.): *Literaturbetrieb in Deutschland*, 3. Auflage, Neufassung, München 2009, S. 15-23.

Wallraf, Karl-Heinz: *Der literarische Massenerfolg*, in: *Kölner Zeitschrift für Soziologie*. Neue Folge, 1. Jahrgang 1948/49, Heft 4, S. 421-430.

Weggel, Oskar: *China im Jahr 2000. Bürokratie und Markt* (Neue Weltmacht China, Folge 8), Hannover 1987.

Weinzierl, Ulrich: *Wenigstens einmal richtig gefeuert*, in: *Die Welt* vom 28.02.2006.

Weninger, Robert: *Literarische Konventionen. Theoretische Modelle, historische Anwendung* (Stauffenberg Colloquium Band 20), Tübingen 1994.

Weninger, Robert: *Streitbare Literaten. Kontroversen und Eklats in der deutschen Literatur von Adorno bis Walser*, München 2004.

Whitfield, John: *Opposites attract*, in: *Nature* Vol. 445 vom 14.2.2007, S. 713f., auch online in: Homepage von *Nature*, URL: <http://www.nature.com/nature/journal/v445/n7129/full/445713a.html> (letzter Zugriff am 18.09.2012).

Wiemer, Carl : *Dichter und Richter. Bernhard Schlink überwältigt die Vergangenheit*, in: *Tribüne* 42 2003, H.167, S. 162-176.

Williams, Arthur; Parkes, Stuart, Preece, Julian: *Literature, Markets and Media in Germany and Austria today*, Bern 2000.

Winkels, Hubert: *Als die Geister müde wurden. Daniel Kehlmann lässt gekonnt zwei Melancholiker des Wissens aufeinander los*, in: *Die Zeit* vom 13.10.2005.

Winkels, Hubert: *Leselust und Bildermacht. Literatur, Fernsehen und neue Medien*, Köln 1997.

Wirtz, Thomas: *Immer nur lebenslänglich*, in: Homepage von *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, URL: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/buecher/rezensionen/belletristik/rezension-belletristik-immer-nur-lebenslaenglich-110380.html> (letzter Zugriff am 18.09.2012).

Wittstock, Uwe: *Die Realität und ihre Risse: Daniel Kehlmann*, in: ders. : *Nach der Moderne. Essay zur deutschen Gegenwartsliteratur in zwölf Kapiteln über elf Autoren*, Göttingen 2009, S. 156-171.

Woolley, Jonathan: *Home Truths. The Importance of the Uncanny for Patrick Süskind's Critique of the Enlightenment in Das Parfum*, in: *German Life and Letters* 60:2 April 2007, S. 225-242.

Worthmann, Friederike: *Literarische Kanones als Lektüremacht. Systematische Überlegungen zum Verhältnis von Kanon(isierung) und Wert(ung)*, in: Renate von Heydebrand (Hrsg.): *Kanon Macht Kultur. Theoretische, historische und soziale Aspekte ästhetischer Kanonbildungen*, Stuttgart, Weimar 1998, S. 9-29.

Wowereit, Klaus: *Mut zur Integration. Für ein neues Miteinander*, Berlin 2011.

Yin, Zhihong: *Was habe / hätte ich denn gemacht? Zur chinesischen Lektüre des Vorlesers von Bernhard Schlink im Zug der Reflexionsliteratur Chinas*, in: *Literaturstraße. Chinesisch-deutsches Jahrbuch für Sprache, Literatur und Kultur*, Band 6/2005, S. 301-316.

Zentes, Joachim; Swoboda, Bernhard; Schramm-Klein, Hanna: *Internationales Marketing*, München 2006.

Zeyring, Klaus: *Gewinnen wird die Erzählkunst. Ansätze und Anfänge von Daniel Kehlmanns „Gebrochenem Realismus“*, in: *Text + Kritik. Zeitschrift für Literatur*, Nr. 177 (I/08), S. 36-44.

Zhang, Yi: *Rezeptionsgeschichte der deutschsprachigen Literatur in China von den Anfängen bis zur Gegenwart*, Bern 2007.

Zhang, Yushu: *Ein Jahrhundert Rezeption der deutschen Literatur in China*, in: *Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik*, Jahrgang 32 (2002), Heft 127 *Germanistik in Ostasien*, S. 78-96.

Zhao, Leilian: *Über die Vernunftkritik im Roman Das Parfum. Die Geschichte eines Mörders von Patrick Süskind*, in: *Literaturstraße. Chinesisch-deutsches Jahrbuch für Sprache, Literatur und Kultur*, Band 5 – 2004, S. 227-241.

朱, 刘华: 译后记, in: 丹尼尔·克爾曼: *測量世界*, S. 238-243.

Ziermann, Klaus: *Bestseller auf dem deutschen Buchmarkt. Eine dreißigjährige Bilanz*, in: *Berliner LeseZeichen. Literaturzeitung. Thema: Bestseller, Schmöker, Ratgeber*, 2. Jahrgang, Heft 8/9, August/September 1994, S. 13-16.

Ziermann, Klaus: *Der deutsche Buch- und Taschenbuchmarkt 1945-1995*, Berlin 2000.

Zimmermann, Peter: *Hölle der Halbtalentierten*, in: *Österreichischer Rundfunk Ö1* am 17.4.2006, auch online in: Homepage von *Österreichischer Rundfunk Ö1*, URL: <http://oe1.orf.at/artikel/204465> (letzter Zugriff am 18.09.2012).

Zittwitz, Christian von: *Diogenes for ever?* Interview mit Daniel Keel und Rudolf C. Bettschart, in: *Buchmarkt* Heft 10/1995, S. 74-82.



## **Lebenslauf**

Studium der Allgemeinen und Vergleichenden Literaturwissenschaft, Linguistik und Betriebswirtschaftslehre an der Universität Stuttgart. Magisterarbeit zum Thema „Die Vermarktung der Literatur. Auswirkungen unterschiedlicher Marketingstrategien auf den deutschen Buchmarkt“ (2008) bei Prof. Dr. Sandra Richter (Universität Stuttgart). Dissertation im Rahmen des PhD-Net „Internationalisierung in Literatur und Wissenschaft seit der Frühen Neuzeit“ an der Universität Stuttgart und am King's College London bei Prof. Dr. Sandra Richter (Universität Stuttgart) und Prof. Dr. Robert Weninger (King's College London).